Facultat de Ciències de la Comunicació

Treball de fi de grau

Títol

Mitjans públics autonòmics, a l'abast de la ciutadania?

Autor/a

Ariadna Blánquez Roldán

Tutor/a

Carmina Cursafon Baques

Grau

Periodisme

Data

1 de juny de 2018

Universitat Autònoma de Barcelona

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau: Mitjans públics autonòmics, a l'abast de la ciutadania?

Autor/a: Ariadna Blánquez Roldán

Tutor/a: Carmina Crusafon Baques

Any: 2018

Titulació: Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català: Mitjans públics, televisió autonòmica, transparència, rendir comptes, Espanya

Castellà: Medios públicos, televisión autonómica, transparencia, rendir cuentas, España

Anglès: Public service media, regional television, transparency, accountability, Spain

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Aquest treball analitza el nivell de transparencia i participación ciutadana que tenen les corporacions publiques de comunicació autonòmiques. Els mitjans de comunicación públics han d'oferir un servei públic i han de rendir comptes a la ciutadania sobre el seu funcionament a través dels portals de transparencia.Tot i això, no són sempre transparents perquè la informació dels portals no està completa. L'anàlisi posa de relleu els assoliments i les mancances en aquest àmbit en les corporacions mediàtiques publiques, així com els seu mecanismes de participació ciutadana

Castellà:

Este trabajo analiza el nivel de transparencia y participación ciudadana que tienen las corporaciones públicas de comunicación autonómicas. Los medios de comunicación públicos deben ofrecer servicio público y rendir cuentas a la ciudadanía sobre su funcionamiento en sus portales de transparencia. Sin embargo, no son siempre transparentes porque la información de los portales no está completa. El análisis presenta los logros y las carencias en este ámbito de las corporaciones mediáticas públicas, así como sus mecanismos de participación ciutadana.

Anglès

This essay focuses on transparency and citizen participation in regional public service media companies. Media should be offering public service, and its performance should be accountable by citizenship. However, they are not always transparent because their information is not accurate neither accessible. It presents achievements and failures of public service media corporation in this field, as well as the means for citizen participation that they offer.

Índex

Introducció

Una empresa, sigui o no de propietat pública, pot oferir a la ciutadania un servei públic perquè està cobrint una necessitat. El concepte servei públic el podem aplicar en l'àmbit educatiu, sanitari i, també, en l'àmbit de la comunicació. En el cas de la comunicació, els mitjans públics i privats fan una funció de servei públic perquè informen, eduquen i entretenen a la població. Els de propietat pública, a més de fer aquesta funció, han de complir uns certs requisits de funcionament perquè treballen amb recursos públics. Han de ser independents, neutrals, vetllar per l'interès general i oferir informació de qualitat, veraç, plural i sempre defensant la diversitat.

L'empresa pot també facilitar a la població informació sobre l'organització i el funcionament d'aquesta. Les de propietat pública tenen l'obligació de rendir comptes (*accountability*) perquè la població ha de saber què estan fent amb els seus recursos i qui forma part d'aquesta. Als portals de transparència és on es publica aquesta informació. Han de ser transparents en la rendició de comptes perquè no només hem de facilitar els continguts, sinó que aquests han de ser llegibles, de qualitat i de fàcil accés.

Els mitjans de comunicació públics també han de facilitar en els seus Web corporatius informació institucional perquè així la ciutadania pot estar informada i pot participar activament en el funcionament d'aquests. Les corporacions públiques de comunicació han de rendir comptes i ser transparents amb la població, ja que si no ho són, no podrà haver-hi una comunicació bidireccional.

Actualment a Espanya hi ha un total de 15 corporacions públiques de comunicació, de les quals 12 formen part de la Federació d'Organismes o Entitats de Ràdio i Televisió Autonòmics (FORTA). Les úniques Comunitats Autònomes que van decidir no crear un ens públic van ser Castella i Lleó, La Rioja, Cantàbria i Navarra. Tot i això, acompleixen la funció de Servei Públic a través dels canals privats regionals que més audiència tenen, oferint a aquestes emissores subvencions per crear contingut plural i de qualitat.

Les corporacions públiques de comunicació tenen una llei de fundació en la qual es marquen les funcions que tenen dins de la seva Comunitat Autònoma. Espanya pertany a la Unió Europea i algunes de les seves competències, com les de l'àmbit audiovisual, van ser cedides i han de seguir la normativa comunitària. Quan la UE va aprovar la Directiva europea de Servei de Comunicació Audiovisual, es va aprovar

l'any 2010 la Llei 7/2010, de 31 de març, General de la Comunicació Audiovisual, una transposició de la Directiva.

A l'Estat espanyol hi ha hagut un buit legal en matèria de transparència. L'any 2013 va ser quan es va aprovar la Llei 19/2013, de 9 de desembre, d'accés a la informació pública i bon govern, en la qual s'obliga a diversos actors públics, entre ells els mitjans de comunicació, a donar accés a la informació de l'empresa i fer una bona gestió. Per tant, segons marca la llei, la ciutadania hauria de tenir accés a aquesta informació. En el cas de les corporacions de comunicació, a la llei General de la Comunicació Audiovisual ja es plantejava la necessitat d'informar a la ciutadania sobre la gestió i l'estructura dels mitjans de comunicació.

Aquest treball de final de grau s'ha fixat com a objectiu conèixer si els mitjans públics autonòmics estan a l'abast de la ciutadania. Per poder contestar a aquesta pregunta primer és necessari conèixer quins són els elements que defineixen un servei públic. Un altre element important és descriure quina és la situació actual de les corporacions públiques de comunicació a l'Estat espanyol. I, finalment, esbrinar quin és el nivell de transparència i participació ciutadana d'aquestes corporacions.

S'ha respost què és el servei públic i quins valors han d'acomplir els mitjans públics. També, s'ha contestat a la pregunta quina és la situació actual de les corporacions autonòmiques i quin és el marc regulador on s'inscriurien. I, també, s'ha donat resposta a què és rendir comptes i transparència, i si els ciutadans poden conèixer la informació corporativa dels mitjans de comunicació públics fàcilment.

Per realitzar aquesta investigació primer s'ha fet una revisió documental. Aquest recull d'informació ha permès definir els conceptes servei públic, rendir comptes i transparència. També, s'ha explicat quina és la situació de les corporacions públiques de comunicació i el marc regulador on s'inscriuen. Un cop s'han definit els conceptes i s'ha descrit la situació actual de les corporacions públiques autonòmiques, s'ha fet una anàlisi de cas d'aquestes per esbrinar quin és el nivell de transparència i participació ciutadana. L'anàlisi s'ha dut a terme a partir d'uns indicadors que s'han aplicat a totes les corporacions.

De les 15 corporacions públiques autonòmiques de mitjans de comunicació que hi ha a Espanya, s'han analitzat 11. La Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC) no ha format part de la mostra a analitzar perquè porta en funcionament poc temps (2016) com perquè l'anàlisi sigui vàlid. També hem descartat de l'anàlisi les corporacions d'Extremadura, Melilla i Ceuta perquè no formen part de la FORTA.

L'anàlisi s'ha fet d'11 corporacions: la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA); Euskal Irrati Telebista - Radio Televisión Vasca (EiTB); Corporación Radio e Televisión de Galicia (CRTVG); Radio y Televisión de Andalucía – Canal Sur(RTVA); Radio Televisión de Madrid (RTVM); Radio Televisión Canaria (RTVC); Radio-Televisión de Castilla La Mancha (RTVCM); Radio Televisió de les Illes Balears (IB3); Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV); Radiotelevisión del Principado de Asturias (RTPA) i Radiotelevisión de la Región de Murcia (RTRM).

Els indicadors que s'han utilitzat s'han basat en els que empren a *Mapa Infoparticipa*. Aquest és un projecte creat l'any 2013 pel Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural (LPCCP) de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) per analitzar la transparència de les administracions públiques locals.

A partir dels 52 indicadors que s'utilitzen a *Mapa Infoparticipa* per avaluar quina és la transparència que té una administració pública, s'han seleccionat els adequats per fer l'anàlisi als mitjans de comunicació. Cada indicador ha tingut una resposta positiva o negativa i de la suma de tots s'ha obtingut el percentatge de transparència que té la corporació. Per analitzar el nivell de participació ciutadana, s'ha contactat amb cadascuna de les corporacions analitzades. Aquest contacte s'ha fet a través de les bústies de suggeriments i dels correus electrònics i els números de telèfon que hi ha disponibles als seus Webs corporatius.

El treball de fi de grau consta de quatre capítols. En el primer, s'han definit els conceptes clau servei públic, rendir comptes o *accountability* i transparència. Al segon, s'ha explicat com van sorgir les 11 corporacions públiques de comunicació analitzades i com es van adaptar a la tecnologia de la Televisió Digital Terrestre. En aquest capítol, també s'emmarquen els mitjans públics en el seu marc regulador, tant en l'àmbit europeu, estatal i autonòmic. En el tercer capítol, s'ha descrit com es van decidir escollir els indicadors per fer l'anàlisi i també quins han sigut els resultats obtinguts. Finalment, en el darrer és on s'explica quin és el funcionament del servei d'atenció a l'audiència de cadascuna de les corporacions.

Capítol 1. Què defineix els Mitjans de Comunicació Públics?

Aquest capítol presenta els tres conceptes imprescindibles per poder entendre el funcionament de les corporacions públiques de comunicació. Servei públic, *accountability* o rendir comptes i transparència són tres dels elements que defineixen els mitjans de comunicació públics.

Aquestes corporacions ofereixen a la ciutadania un servei públic perquè cobreixen una necessitat. Tot i que els mitjans de propietat privada també tenen una funció pública, els de propietat pública han de complir un requisits concrets, ja que treballen amb recursos públics.

Els mitjans públics tenen l'obligació d'explicar a la ciutadania quines accions han fet, justificar-se i assumir la responsabilitat d'aquestes. Han de rendir comptes i ser transparents, publicant informació als seus Webs corporatius on s'expliqui de manera senzilla i clara l'organització i el funcionament de la corporació.

1.1. Servei Públic: el concepte clau

Segons la Reial Acadèmia Espanyola (RAE) *servei* és l'acte i efecte de servir. Allò *públic* ho defineix com el pertanyent o relatiu a l'Estat o una altra Administració. També com aquella cosa destinada al públic. La mateixa RAE fa una definició de *servei públic*: aquella activitat duta a terme per l'Administració o, sota un cert control i regulació d'aquesta, per una organització i destinada a satisfer les necessitats del col·lectiu. Per tant, definim servei públic com aquelles accions que es fan per satisfer una necessitat dels ciutadans.

Servei públic és un concepte que el podem aplicar a l'àmbit educatiu, al sanitari i també, entre altres, a l'àmbit comunicatiu. Quan parlem de servei públic en relació a la radiotelevisió no només ens referim als mitjans de comunicació públics perquè els de propietat privada també ofereixen un servei públic a la ciutadania. Ambdós utilitzen un bé públic que és l'espai radioelèctric i, per tant, se'ls demana certs requisits respecte el seu funcionament. En el cas dels que són de propietat pública se'ls exigirà també uns altres requisits, ja que treballen amb els diners dels ciutadans.

Tot i la liberalització del sector audiovisual i de les telecomunicacions que van trencar els grans monopolis de mitjans de comunicació existents a la Unió Europea (UE) a finals del segle XX, sempre s'ha defensat la necessitat dels mitjans de comunicació públics. (CAC, 2001).

La funció de servei públic la defineix cada Estat a partir de la legislació europea, que l'obliguen a establir de forma clara la missió i obligacions de servei públic en la programació i continguts. (CAC 2001, pàg. 23). Els mitjans de comunicació han de vetllar per l'interès públic. Es considera que són uns instruments de foment i difusió de cultures i ètnies minoritàries, de foment de la creació d'audiovisuals i garantia d'accés de la població als esdeveniments de gran rellevància i informació governamental. Els mitjans de gestió pública garanteixen la **pluralitat** (CAC 2001, pàg. 16).

Al protocol del Tractat d'Amsterdam (1997) es reconeixia la importància del manteniment d'un sistema de gestió pública de la televisió i la ràdio per defensar els valors democràtics. La radiotelevisió pública ha d'existir perquè ofereixen continguts plurals i informació veraç (Ridinger, 2010). L'element que distingeix principalment els mitjans públics dels privats és la **qualitat** del contingut (CAC, 2001).

La Unió Europea de Radiodifusió (UER), un organisme privat d'àmbit internacional que defensa els interessos dels mitjans de comunicació públics, defineix el servei públic dels mitjans com aquell servei que està fet, finançat i controlat pel públic i per al públic. En alguns casos, aquests no són independents, són partidistes i, per tant, no vetllen pel benefici de la societat en general. Els membres de la UER busquen els mateixos valors: universalitat, independència, excel·lència, diversitat, rendir comptes (*accountability)* i innovació. La funció del mitjà és informar, educar i entretenir a tothom.

Quan parlem de servei públic ens referim a uns valors que fan que es diferenciïn dels altres mitjans. Els públics han de ser imparcials, objectius i neutrals; oferir un contingut de qualitat i on hi hagi diversitat i, sobretot, que tinguin independència. Segons el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2001, pàg. 23), aquests ens públics han de ser un instrument de participació publica, de formació d'opinió, un vehicle per a la llibertat d'expressió i que contribueixi a la no-discriminació i a la cohesió social.

Per tant, han de satisfer el pluralisme democràtic i la diversitat sociocultural i lingüística d'una comunitat. Faran aquesta funció sempre que siguin independents, imparcials i ofereixin un contingut plural i defensant la diversitat (Valencia-Bermúdez, 2016)

El paper que juguen els mitjans en les societats és clar perquè generen informació, cultura, educació i entreteniment de qualitat. Han de funcionar i vetllar per l'interès general dels ciutadans. Tenen la funció de subministrar a la població informació accessible i atractiva (Blesa, 2006).

Fan una funció social en la mesura que lideren projectes col·lectius de societat, ampliant les formes expressives dels conflictes i els canvis de la cultura autòctona.

Contribueixen als processos de desenvolupament i canvi social democràticament, a partir de l'interès públic i el necessari respecte a la pluralitat d'idees, visions i llenguatges de la cultura nacional (Sierra, 2011)

La mateixa Llei General de l'Audiovisual, aprovada l'any 2010, a l'article 40, defineix el servei públic com un servei essencial d'interès econòmic general que té com a missió difondre continguts que fomenten els principis i valors constitucionals, contribueixen a la formació d'una opinió pública plural, dona a conèixer la diversitat cultural i lingüística d'Espanya, i difondre el coneixement i les arts

Per tant, definim el **Servei Públic** com aquella acció que fa un organisme, de propietat pública o privada, per satisfer una necessitat de la societat. Els mitjans de comunicació informen, eduquen i ofereixen entreteniment a la població. En el cas dels públics han de treballar amb uns valors concrets, és a dir, han de ser imparcials, neutrals, independents del govern, vetllar per l'interès públic i oferir un contingut veraç, plural i de qualitat. I, segons marca la UER, aquests han d'innovar, ser excel·lents i rendir comptes a la ciutadania.

1.2. A*ccountability* i transparència: conceptes diferents

La transparència en una corporació pública de comunicació és igual d'important que la que ha de tenir una administració pública perquè ambdues estan al servei de la ciutadania. La població ha de poder conèixer la informació essencial de funcionament i, a més, ha de poder arribar a aquesta informació de manera senzilla, és a dir, ha de tenir un accés que sigui el més fàcil a través del portal de transparència del seu Web.

Els mitjans de comunicació tradicionalment no han tingut un diàleg amb la ciutadania, hi havia una comunicació unidireccional. Amb l'obertura dels portals de transparència als Webs de les corporacions públiques de comunicació s'han creat fluxos de comunicació, ja que es publica informació sobre el funcionament, l'organització i els pressupostos de l'empresa pública (López Cepeda, 2016).

Accountability o rendir comptes i transparència són dos conceptes diferents, però que un no existeix sense l'altre. Quan parlem de rendir comptes ens referim a la publicació d'informació sobre les accions als portals de transparència. La transparència és una part fonamental de la rendició de comptes perquè ser transparent vol dir publicar informació per a la ciutadania que sigui de fàcil accés, de qualitat i llegible.

El concepte *accountability* és una paraula anglesa que expressa una idea concreta: explicar a la ciutadania que fas, és a dir, les teves accions, i acceptar la responsabilitat d'aquestes. El problema és que no té una traducció exacta al nostre idioma. Es podria

traduir com **rendir comptes**. Si hi ha una rendició de comptes, hi ha una millor qualitat en la gestió de la institució i s'obren canals de comunicació amb la ciutadania. Definim llavors rendició de comptes com l'explicació i justificació de les accions que s'han fet en l'organisme públic i, per tant, s'accepta la responsabilitat si hi han hagut errors (Valencia-Bermúdez, 2016).

Una altra forma de traduir *accountability* podria ser **responsabilitat**. Els mitjans de comunicació públics tenen una responsabilitat amb els ciutadans, són els responsables de les accions que han dut a terme. Les empreses públiques treballen amb els diners dels ciutadans que paguen els seus impostos i són responsables d'allò que han fet. Si alguna acció no està ben feta, són ells els qui hauran d'assumir la culpabilitat. La ciutadania té confiança en els mitjans perquè saben que són responsables i que compleixen les seves obligacions.

Aquestes empreses públiques tenen una responsabilitat perquè assumeixen un paper informador, formador i educador. Els mitjans han de publicar què fan perquè la societat ha de conèixer com funciona. La ciutadania no ha de ser passiva, ha de saber i poder demanar explicacions i, d'aquesta manera mantenir un diàleg amb el mitjà de comunicació. (López Cepeda, 2016)

La Unió Europea de Radiodifusió defineix la rendició de comptes com l'apertura dels mitjans a la seva audiència. Explicar el que fan, assumir els seus errors, informar sobre les polítiques i pressupostos. Ser transparents i estar subjectes a un escrutini públic constant. Volen ser eficients i actuar i fer segons els principis de bona governança.

Llavors, traduïm *accountability* com **rendir comptes** i, també, **responsabilitat.** Definim *accountability* com el conjunt de processos, voluntaris o involuntaris, a través dels quals els mitjans responen, directament o indirectament, davant la ciutadania, per les conseqüències d'allò que publiquen. Quan ofereixes informació a la ciutadania generes confiança (Fernández Lombao, 2016).

Una comunicació voluntària d'informació és part d'un comportament socialment responsable de les organitzacions. Mantenir un diàleg amb la població s'ha convertit en una pedra angular del compromís de les radiotelevisions públiques davant la ciutadania. La societat exigeix dades fiables del funcionament d'aquestes empreses. (Fernández Lombao, 2016).

La rendició de comptes és una obligació que tenen els mitjans d'informar sobre les seves accions i facilitar a la ciutadania totes les dades necessàries per saber els motius pels quals s'han fet aquestes accions. D'aquesta manera, els mitjans mostren

el que han fet i perquè ho han fet. En el cas que allò que han fet fos inadequat, no acompleixen el seu compromís i han de patir les conseqüències. Si parlem de rendir comptes, hi ha un **compromís** d'oferir aquesta informació i un **compliment** de les teves funcions (Fernández 2016).

La voluntat de rendir comptes i ser responsable neix amb el desenvolupament del concepte de Responsabilitat Social Corporativa (RSC), és a dir, anar més enllà del que marca la legislació per reduir els efectes de la teva activitat al teu entorn. La RSC és un sistema d'autoregulació, és un compromís per reduir l'impacte que provoca l'activitat d'una organització o empresa en el seu entorn (López Cepeda, 2016).

En el cas de les radiotelevisions públiques l'impacte que tenen és a les arques de l'estat i el mecanisme utilitzat pels mitjans públics pe reduir l'impacte és la rendició de comptes: oferir informació sobre estratègies i les preses de decisions. És l'acte de responsabilitat de qui utilitza fons públics per rendir comptes, amb transparència, de la seva activitat front la ciutadania. (López Cepeda, 2016). A més, l'*accountability* permet que els ciutadans tinguin un control de la gestió pública (López Cepeda, 2013).

La transparència és un principi que apliquem a la informació que serveix per a explicar com es governa i gestiona una entitat. No és només publicar la informació als portals de transparència, sinó que aquesta ha de ser comprensible per qualsevol persona, sempre ha d'estar disponible, que es pugui accedir fàcilment i que sigui accessible per a tothom, és a dir, que les persones que tenen dificultats d'accés (per discapacitat) puguin consultar-la. I el més important, la informació ha d'estar actualitzada. (Molina, 2014)

És un element crucial de la rendició de comptes perquè necessitem ser transparents si volem oferir la informació a la ciutadania, perquè consultin si el que ha fet la institució és correcte o no. Obrim a la ciutadania continguts perquè puguin analitzar-los, és una eina que s'utilitza en l'*accountability* (Molina, 2017). Quan parlem de transparència, per tant, és publicar la informació perquè la ciutadania pugui consultar-la. Aquestes dades han de ser de qualitat i llegibles i han de ser de fàcil accés, comprensible i fiable (Hermosa del Vasto, 2017).

Ser transparents millora la confiança en l'organització i potencia la participació ciutadana perquè algú pot participar quan coneix bé el seu funcionament. La transparència i rendir comptes són dos dels pilars bàsics per al treball ètic dels mitjans de comunicació. (Ausín Díez, 2015).

Per tant, els portals de transparència permeten a les corporacions públiques de comunicació mantenir un diàleg amb la ciutadania i que aquesta pugui implicar-se i

participar en el funcionament de l'ens públic. *Accountability* el traduïm com rendir comptes, és a dir, explicar a la població les accions que ha fet l'empresa pública. També podem traduir-ho com responsabilitat perquè l'ens públic assumeix la responsabilitat de les seves accions. Un element crucial del *accountability* és ser transparents perquè hem de facilitar informació als portals de transparència, però aquest contingut ha de ser de qualitat, llegible i de fàcil accés.

Capítol 2. Les Corporacions Públiques de Comunicació

Aquest apartat del treball explica la situació actual de les 11 corporacions públiques de comunicació que s'analitzen. Es descriu com van sorgir, quina ha estat la seva evolució fins avui dia i com es van adaptar a la tecnologia de la Televisió Digital Terrestre (TDT). A més, es detalla en quin marc regulador funcionen aquests ens públics, tant en l'àmbit europeu, estatal i autonòmic.

Actualment, a l'Estat espanyol hi ha 15 corporacions públiques de comunicació. D'aquestes 15, hi ha 12 que pertanyen a la Federació d'Organismes o entitats de Ràdio i Televisió Autonòmics (FORTA). Les Comunitats Autònomes de Castella i Lleó, La Rioja, Cantàbria i Navarra van decidir no crear un ens de comunicació públic. Tot i això, si acompleixen la funció de servei públic a través dels seus canals privats regionals amb més audiència.

Aquests ens públics funcionen a partir d'uns reglaments i lleis. Totes tenen una llei de fundació i és on es marquen quines són les seves funcions i tasques a desenvolupar dins de la seva Comunitat Autònoma. L'Estat espanyol també marca una legislació de funcionament a partir de les Directives desenvolupades per la Unió Europea (UE). En pertànyer a la UE hi ha certes competències, com el servei de comunicació audiovisual, que van ser cedides i se segueix una normativa comuna obligatòria per a tots els estats membres.

2.1. Situació actual de les Corporacions Públiques de Comunicació

El 1982 va néixer a l'Estat espanyol la primera corporació pública de comunicació: Euskal Errati Telebista (EiTB) – Radio Televisión Vasca. Un any després Catalunya també va apostar per uns mitjans de comunicació propis públics i va fundar la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV).

Catalunya i el País Basc van crear fora de la legalitat els seus propis mitjans de comunicació, sumant un tercer canal a la televisió i una nova emissora de ràdio. Ambdues van néixer amb el propòsit de normalitzar la seva llengua pròpia, l'èuscar i el català, després d'estar prohibides durant la dictadura del General Francisco Franco.

El desembre de 1983, mesos després de l'aparició de les dues primeres corporacions públiques, l'Estat espanyol va aprovar la Llei del Tercer Canal de Televisió. A partir d'aquell moment la llei oferia a cada Comunitat Autònoma la possibilitat de gestionar un canal de televisió que seria de titularitat estatal. S'atorgava a l'autonomia una concessió per fer una gestió directa d'un tercer canal de televisió que s'havia de regir

amb els principis de TVE. L'any 1984 l'autonomia gallega va decidir, ja dins de la legalitat, crear la seva corporació, la Corporación Radio e Televisión de Galicia (CRTVG). El 1988, Andalusia i València van fundar també els seus ens públics de comunicació.

Amb l'aparició de mitjans públics a diferents autonomies, l'abril de 1989 es va crear la Federació d'Organismes o Entitats de Ràdio i Televisió Autonòmics (FORTA). És una associació sense ànim de lucre i va néixer amb el propòsit d'ajudar a les entitats associades a acomplir i desenvolupar les seves funcions com a servei públic, tal com marquen les seves lleis de creació. Fomenta la cooperació entre els diferents membres.

Poc després de l'aparició de la FORTA, la Comunitat de Madrid va crear també la seva Corporació Pública de Comunicació el mateix 1989. Abans de l'arribada del nou mil·lenni, les Illes Canàries (1999) va decidir fundar el seu ens públic de comunicació, Radio Televisió Canària (RTVC). Ja l'any 2000, Castella La Manxa es van sumar a les Comunitats Autònomes (CC. AA.) que tenien mitjans de comunicació públics. L'any 2005 van néixer les darreres corporacions públiques de comunicació a les Illes Balears, a Aragó, al Principat d'Astúries i a la Regió de Múrcia.

El Parlament de Catalunya, l'any 2007, va aprovar la Llei 11/2007 amb la qual es reanomenava la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) per Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). El novembre de 2013, Radiotelevisió Valenciana va haver de tancar les seves portes. Segons el Govern Valencià, liderats per Albert Fabra, va ser perquè no podien assumir la readmissió dels treballadors que havien fet fora a través d'un ERO. Tot i això, amb el canvi de Govern del 2015, es va aprovar el 2016 una nova llei a les Corts Valencianes per fundar la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, que formar part de la FORTA aquest 2018.

2.1.1 L'arribada de la Televisió Digital Terrestre a l'Estat espanyol

L'any 1998 es va aprovar a l'Estat espanyol el Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Terrestre (TDT). Espanya es va convertir en un dels primers països que va iniciar el desenvolupament d'aquesta nova tecnologia. La TDT és un tipus de tecnologia digital que ens permet tenir més canals de televisió i de millor qualitat.

L'any 2000 van haver-hi dos fets rellevant per al desenvolupament inicial de la TDT: van començar les emissions dels 14 canals de pagament de Quiero TV i l'Administració central va concedir llicències a dos nous operadors de televisió, Veo TV

i Net TV, que van iniciar les emissions al juny 2002. L'Administració va imposar als operadors tradicionals (TVE, A3, Telecinco i Canal+) l'obligació de difondre simultàniament les seves emissions analògiques també en TDT (Impulsa TDT, 2010).

El fracàs de la TDT de pagament i el fet que la ciutadania no posava interès a fer el canvi a la tecnologia digital, va suposar que es fes un planejament nou. L'any 2005 es va aprovar el Reial Decret 944/2005 de 29 de juliol amb el qual naixia un nou Pla Tècnic Nacional de la TDT. Es va decidir potenciar els canals en obert front els de TDT de pagament. També es va atorgar un paper rellevant als operadors tradicionals front els nous i es va avançar en gairebé dos anys de l'apagada analògica, passant-la del 2012 al 2010 (Impulsa TDT, 2010).

A finals de novembre de 2005, tots els operadors d'àmbit nacional existents – els 4 analògics i dos exclusivament digitals- iniciaven les emissions dels nous canals de la TDT. L'any 2007 es va aprovar el Pla Nacional de Transició a la TDT i el més important que es plantejava era l'apagada progressiva de les emissions analògiques en tres fases, que finalitzaven l'abril de 2010. (Impulsa TDT, 2010).

Amb l'arribada de la TDT, es van atorgar concessions a les Comunitats Autònomes per, d'aquesta manera, mantenir els canals públics autonòmics. Segons el Pla Tècnic de la TDT, a cada Comunitat Autònoma li corresponen entre 1 i 2 múltiplex, excepte a Catalunya que li corresponien 3. El Govern Autonòmic, igual que a l'àmbit estatal, atorga a la televisió pública un nombre de canals i els altres els obria a concurs.

L'octubre de 2014 es va iniciar un procés de resintonització de les televisions per alliberar el dividend digital, és a dir, la banda de freqüències que ocupaven certs canals de televisió i que s'havia de deixar lliure perquè l'utilitzes la xarxa de 4G. Per aquest motiu, es van haver de tancar canals de televisió i va afectar tant a emissores de nivell estatal com a les d'àmbit autonòmic. Cada Comunitat Autònoma va passar a tenir 1 únic múltiplex, excepte Catalunya que manté 2, un per a la cadena pública i l'altre per als canals autonòmics privats del grup Godó.

Taula 1. Nombre de canals televisius i emissores radiofòniques de les corporacions

Canals-emissores	*CCMA*	*EiTB*	*CRTVG*	*RTVA*	*RTVM*	*RTVC*	*RTVCM*	*IB3*	*CARTV*	*RTPA*	*RTRM*
Televisió	4	4	4	3	2	1	1	1	1	2	1
Ràdio	4	5	3	3	1	1	1	1	2	1	2

Font: elaboració pròpia (2018)

Actualment, les 11 corporacions públiques de comunicació estan formades per dues empreses, una que gestiona la televisió i una altra la ràdio. Cadascuna té un nombre de canals de televisió i de ràdio molt diferents. Hi ha comunitats autònomes que en els seus múltiplex reben les emissions de comunitats autònomes properes, com la CCMA que rep l'emissió d'IB3 i a la inversa.

2.2. El marc regulador dels Mitjans de Comunicació

Els mitjans de comunicació funcionen i actuen dins d'un marc regulador comú. L'Estat espanyol és membre de la Unió Europea des del 1986. En formar part d'aquesta, hi ha certes competències que van ser delegades, com per exemple la legislació en matèria de l'audiovisual.

La Unió Europea és un dels actors centrals que marca la regulació en l'àmbit audiovisual a través de les directives, que són de compliment obligatori. Un cop feta i aprovada la directiva pel Parlament Europeu i el Consell de la Unió Europea, l'Estat l'ha d'adaptar a la seva legislació. Hi ha una transposició de la norma.

L'any 2007 es va aprovar la Directiva de Serveis de Comunicació Audiovisual, que va ser actualitzada l'any 2010[1]. Amb l'entrada en vigor d'aquesta va quedar derogada la Directiva 89/552/CE, sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels Estats Membres relatives a l'exercici d'activitat de radiodifusió televisiva.

Aquesta Directiva té per objectiu establir un marc comú per als serveis de comunicació audiovisuals i així reforçar el mercat interior de la producció i la distribució de programes, com també garantir condicions de competència lleial. A més, estableix un marc comú pel que fa a la protecció dels menors i combatre la incitació a l'odi. També obliga als prestadors millorar l'accessibilitat dels seus serveis a persones amb discapacitat.

La directiva té també per objectiu promocionar les obres europees i independents, obligant als organismes de radiodifusió a consagrar almenys el 10% del seu temps d'antena a aquestes. Un altre objectiu de la legislació europea és el dret a la informació, és a dir, que els esdeveniments considerats de gran rellevància social siguin emesos de manera gratuïta, de forma que ningú quedi exclòs, i també preservar la diversitat cultural i garantir la independència dels reguladors dels mitjans de comunicació nacionals (Fernández Lombao, 2017). L'any 2010 es va decidir actualitzar

[1] Actualment està en revisió per adaptar-la a la nova realitat audiovisual. Es preveu que s'aprovi al llarg del 2018.

per adaptar-la a la situació d'aquell moment, ja que la tecnologia va fer que el panorama audiovisual canvies molt.

L'Estat Espanyol va aprovar l'any 2010 la Llei 7/2010, de 31 de març, General de la Comunicació Audiovisual, la primera llei que reuneix tots els aspectes relacionats amb els mitjans de comunicació en una mateixa norma. La Llei General de l'Audiovisual, segons l'article 1, regula la comunicació audiovisual de cobertura estatal i estableix les normes bàsiques en matèria audiovisual[2].

Un dels motius pels quals es va aprovar era perquè calia fer una transposició de la directiva europea de Serveis de Comunicació Audiovisual. L'altre objectiu de la nova legislació era aglutinar en una única llei tota la legislació audiovisual, actualitzar-la i adaptar-la a la nova realitat del 2010, quan la tecnologia ja havia modificat l'àmbit audiovisual.

Segons el preàmbul de la mateixa llei, la normativa permet una reforma del sector i atorga a Espanya una normativa audiovisual adaptada a la nova realitat i amb garanties de control democràtic i respecte dels drets dels ciutadans, dels prestadors del servei i de l'interès general. A més, contemplava la idea d'implementar un organisme regulador independent per controlar el compliment de la missió de Servei Públic encomanada als mitjans de comunicació[3].

Fins a l'any 2013, a l'Estat espanyol hi havia un buit legal en matèria de Transparència, mentre que altres països de la UE ja tenien aquest tipus de legislació. Quan a el 2010 es va aprovar la Llei General de la Comunicació Audiovisual ja es va solucionar una part del buit legal que existia al voltant de la transparència en l'àmbit de l'audiovisual. Introdueix alguns requisits que els mitjans de comunicació han de complir en matèria de transparència. Es considera que la ciutadania ha de conèixer com es gestionen i estructuren els mitjans de comunicació perquè tenen una funció social.

A finals de 2013, es va aprovar la Llei 19/2013, de 9 de desembre, de transparència, d'accés a la informació pública i bon govern. A la llei s'especifica que la transparència, l'accés a la informació pública i les normes de bon govern han de ser els eixos fonamentals de tota acció política. Un dels possibles problemes d'aquesta norma és que no hi ha sancions, és a dir, que si no hi ha un compliment d'alguns dels requisits que es demanen, no hi ha cap tipus de sanció.

[2] La Llei General de l'Audiovisual possiblement s'hagi de modificar durant el 2018 per adaptar-la a la nova directiva audiovisual de la Unió Europea.

[3] L'any 2013 es va aprovar la llei per crear el regulador independent: la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència A diferència d'altres reguladors europeus, regula l'audiovisual i també altres sectors. En un únic organisme es van integrar sis: la Comissió Nacional de la competència, la d'energia, de telecomunicació, del sector postal, el Consell de Mitjans Audiovisuals i el Comitè de Regulació Ferroviària i Aeroportuària.

Segons la investigadora del projecte *Mapa Infoparticipa* i professora del Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), Núria Simelio, la falta d'una sanció fa que molts cops no s'acompleixi la legislació. Hi ha una impunitat. També, segons Simelio, la legislació en matèria de transparència a l'Estat espanyol és massa llarga i complexa. Per aquest motiu, considera que provoca desconcert als actors públics perquè no saben exactament que ha d'haver-hi als Portals de Transparència.

El títol 1 de la Llei és sobre la **Transparència de l'activitat pública**. Al primer capítol del primer títol, s'indica a l'article 2.1 a qui s'aplica la Llei. Entre els diferents àmbits subjectes d'aplicació hi ha les Corporacions de Dret Públic, en allò relatiu a les seves activitats subjectes a Dret Administratiu.

Les Corporacions Públiques de Comunicació a més de complir la Llei General de l'Audiovisual i de Transparència, han de vetllar pel compliment de les funcions que cada Comunitat Autònoma li ha atorgat. El naixement d'una corporació pública va acompanyada de l'aprovació d'una llei de creació on s'especifiquen les funcions que té aquest ens públic.

En el cas de Catalunya, es va aprovar també el 2014 la llei 19/2014, del 29 de desembre, de transparència, accés a la informació pública i bon govern. Igual que la de nivell Estatal, té com a objectiu regular i garantir la transparència de l'activitat pública. És a dir, garantir el dret d'accés de les persones a la informació i a la documentació públiques. Al preàmbul de la llei de transparència de Catalunya, es considera que la transparència i el dret d'accés a la informació pública és necessari perquè la ciutadania pugui tenir un coneixement i una informació àmplia dels organismes públics.

Capítol 3. Anàlisi de Cas

En aquest apartat del treball s'han analitzat les 11 corporacions públiques de comunicació autonòmiques seleccionades per veure quin és el nivell de transparència i de participació ciutadana que tenen. S'expliquen quins són els indicadors que s'han utilitzat per poder fer l'anàlisi i quins són els resultats obtinguts. A més, s'ha fet una breu comparativa dels resultats de les corporacions.

El Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural (LPCCP) de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) va crear el *Mapa InfoParticipa* l'any 2013 com a resultat d'haver desenvolupat l'any anterior el Mapa de les Bones Pràctiques de la Comunicació Pública Local a Catalunya. El *Mapa InfoParticipa* serveix per analitzar els webs dels ajuntaments per conèixer quin és el seu grau de transparència, és a dir, avaluar la informació que ofereixen les administracions a les seves pàgines web i, d'aquesta manera, millorar-les.

A partir de l'aprovació de la Llei de Transparència l'any 2013, el grup d'investigació de la UAB va reformular els indicadors que ja tenien i van plantejar de nous per adaptar-los a la legislació. Actualment hi ha 52 indicadors en forma de preguntes i estan organitzats en dos grans grups: Transparència a la Corporació i Informació per a la Participació.

Cada indicador pot ser puntuat positivament o negativament i segons el nombre total es calcula el percentatge de transparència. L'indicador és una pregunta i s'especifica molt concretament què es vol avaluar. Per aquest motiu, si un Web no acompleix totes les característiques que es descriuen, no aconsegueix el punt.

Per dur a terme l'anàlisi de cas i conèixer quina és la transparència de les corporacions públiques de comunicació, s'han adaptat els indicadors que van desenvolupar els investigadors de Mapa InfoParticipa. Dels 52 i s'han escollit 17.

Els 17 indicadors s'han reformulat i els s'han adaptat al que demana la Llei de Transparència de l'Estat Espanyol. Entre altres continguts que ha d'haver-hi a la pàgina web o a la Seu Electrònica de les corporacions les informacions rellevants sobre l'activitat relaciona amb el funcionament i el control de l'actuació pública. També, ha d'haver-hi informació institucional, sobre l'organització i la planificació de les corporacions, informació de rellevància jurídica com els reglaments i informació econòmica. A més, ha de tenir un portal de transparència on es publiqui aquesta informació

Segons la Llei s'entén per informació pública els continguts o documents, sigui quin sigui el seu format o suport, que facin qualsevol dels subjectes inclosos en l'àmbit d'aplicació d'aquesta llei i que hagin estat elaborats o adquirits en l'exercici de les seves funcions. Es limitarà el dret d'accés si suposa un perill per la defensa o la seguretat nacional, entre d'altres. També, es limita l'accés si la informació sol·licitada tingués dades especialment protegides per la Llei de Protecció de Dades de Caràcter Personal. En alguns casos, es donarà un accés parcial a la informació i s'ometria la informació afecta per límit legal.

Els 17 indicadors[4] es divideixen en dos grans blocs: els de transparència (indicador 1 fins al 11) i els indicadors sobre informació per a la participació (indicador 12 fins al 17). Dins del primer bloc, el de transparència, també podem diferenciar dos grups: els que es refereixen a la informació institucional i organitzativa (1-8) i els econòmics (9-11), és a dir, els que es refereixen als pressupostos i als contractes formalitzats per la institució pública.

Imatge 1. Exemple d'indicador

Indicadors de Transparència de les Corporacions

Indicador 1. S'ofereix informació bàsica dels membres que formen part de l'Equip Directiu: nom, cognom i fotografia?

a. Informació, temàtica i contingut. Ha de constar les tres informacions requerides, a més, d'estar actualitzades.
b. Ubicació. Qui Som?, la Corporació, el Grup, al Portal de Transparència o similars.
c. Recomanacions. Les fotografies han de ser reconeixibles.

Font: elaboració pròpia (2018)

Un exemple d'indicador seria el de la imatge 1. Hi ha una pregunta molt concreta que es pot respondre amb un Sí o un No. Per saber exactament quina és la resposta hi ha tres criteris que ha d'acomplir: informació, temàtica i contingut; ubicació i recomanacions. El primer criteri (informació, temàtica i contingut) fa referència al que ha d'aparèixer per poder validar-lo. Per exemple, ha d'aparèixer nom, cognom i fotografia dels membres de l'Equip Directiu.

Al segon criteri (ubicació) s'explica en quin espai del Web ha d'aparèixer aquella informació i ha de ser fàcil de localitzar, que no hi hagi més de 3 clics. Com que no hi ha un criteri únic d'ubicació en els Webs, oferim més d'una opció que pot ser vàlida, com per exemple, Portal de Transparència o a l'espai Qui Som?.

[4] Annex 1, indicadors utilitzats en l'anàlisi.

Finalment, també es fan recomanacions sobre la qualitat de la informació o com s'ha de presentar aquesta perquè sigui vàlid l'indicador. Per exemple, que la fotografia que apareix s'ha de veure bé.

Un requisit fonamental i que sempre s'ha de complir és que la informació **estigui actualitzada,** si no l'indicador no es validarà positivament encara que els altres criteris si siguin correctes.

3.1. Resultats de l'anàlisi

En aquest apartat s'ha fet una descripció del Web corporatiu de cada corporació de comunicació pública, és a dir, descrivim com s'organitzen i en quins espais del Web podem trobar la informació institucional i de participació ciutadana. Enunciem quins indicadors de l'anàlisi tenen puntuació, en quins no i expliquem per quin motiu no han aconseguit un punt positiu.

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) acompleix 12 dels 17 indicadors totals (70%). Aquests queden dividits en tres blocs: els d'informació institucional i organitzativa, els de matèria econòmica i el d'informació per a la participació ciutadana. La CCMA en el primer bloc té puntuació en 5 dels 8 indicadors totals. En el segon bloc acompleix els tres indicadors que hi ha. En el darrer, dels 6 que hi ha n'acompleix 4.

Taula 2. Resultats de l'anàlisi de la CCMA

Indicadors	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*
Puntuació	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1

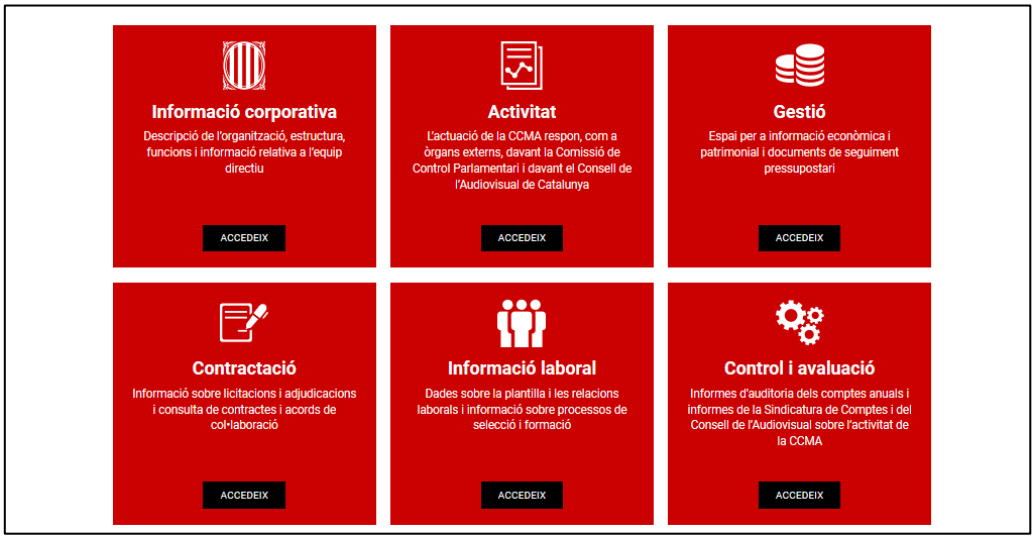
Font: elaboració pròpia (2018)

Al Web corporatiu de la corporació catalana hi ha una secció dedicada a informació institucional sota el nom *Coneix la CCMA.* Allí podem trobar continguts sobre l'Equip Directiu, la missió i valors de la corporació, la història del grup i l'espai de la transparència, entre d'altres.

A l'espai de la transparència (imatge 2) és on hi ha la major part de la informació institucional de la corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals: informació corporativa, sobre les seves activitats, la gestió, la contractació, informació laboral i informació

relativa al control i l'avaluació de l'activitat de la CCMA (informes d'auditoria dels comptes i informes del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, entre altres).

Imatge 2. Portal transparència CCMA



Font: CCMA (2018)

En aquest portal de transparència, hi ha un apartat on es publica informació relativa a l'organització, estructura, funcions i informació de l'equip directiu sota el nom d'*Informació Corporativa.* Dins d'aquest apartat, hi ha una subsecció anomenada *Estructura Interna* (imatge 3) en la qual podem trobar informació de l'Equip Directiu, els seus currículums, retribucions i declaracions de béns.

Imatge 3. Espai de la Transparència, Estructura Interna.

Font: CCMA (2018)

La CCMA acompleix els indicadors 2 i 3 de l'anàlisi perquè facilita a la ciutadania informació curricular i biogràfica dels membres de l'Equip Directiu i del President en funcions de la corporació. En un document PDF que hi ha a la subsecció *Estructura Interna – Currículum* podem consultar els estudis que tenen i també la seva experiència laboral.

Tot i que s'enuncia qui són els membres de l'Equip Directiu i el President de la corporació amb noms, cognoms i també s'adjunta el seu currículum, no hi ha cap fotografia d'aquestes persones ni tampoc faciliten dades de contacte al Web corporatiu (telèfon o correu electrònic). Per aquest motiu, no acompleix els indicadors 1 i 5 de l'anàlisi.

A la mateixa subsecció *Estructura Interna* és on podem consultar les retribucions (imatge 4) que reben els membres de l'equip directiu de la CCMA anualment. A més, faciliten informació sobre els sous que rebien els anys anteriors (del 2015 al 2017) i l'evolució d'aquests. D'aquesta manera, la corporació acompleix també l'indicador 4.

Imatge 4. Retribucions alts càrrecs de la CCMA, anys anteriors

ENTITAT: CCMA
Alts càrrecs. Retribucions 2015

Ocupació	Sou
President CCMA	139.650,00
Conseller Consell de Govern	104.021,04
Director Fundació La Marató de TV3	83.045,16
Director Comercial i Màrqueting	106.200,00
Director d'Estratègia Corporativa	94.750,00
Director Explotació i Enginyeria	103.770,15
Directora Gestió i Recursos	108.000,00
Director CR	114.750,00
Director TVC	177.650,00

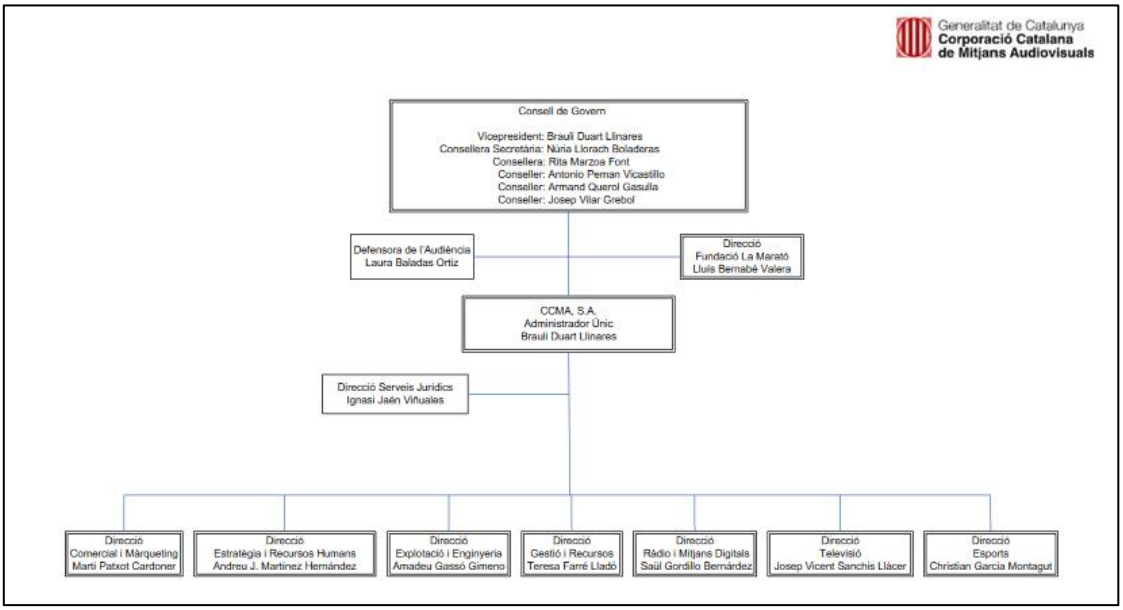
ENTITAT: CCMA
Alts càrrecs. Retribucions Novembre 2016

Ocupació	Sou
Vicepresident/a en funcions de President	108.750,00
Conseller Consell de Govern	105.061,20
Director Fundació La Marató de TV3	83.875,63
Director Comercial i Màrqueting	95.697,48
Director Estratègia Corporativa i RH	95.697,48
Director Explotació i Enginyeria	108.000,00
Directora Gestió i Recursos	108.000,00
Director CR i Mitjans Digitals	108.000,00
Director TVC	108.000,00

Font: CCMA (2018)

També en aquesta mateixa subsecció, *Estructura Interna,* podem consultar qui forma part de l'Equip Directiu i com s'organitza la CCMA i, per tant acompleix els indicadors 6 i 8 de l'anàlisi. Hi ha un organigrama (imatge 5) que especifica qui està per sobre de qui en la corporació pública. No obstant això, el Web corporatiu no incorpora cap informació sobre les tasques que han de desenvolupar els membres de l'equip directiu i per això no acompleix l'indicador 7.

Imatge 5. Organigrama dels alts càrrecs de la CCMA



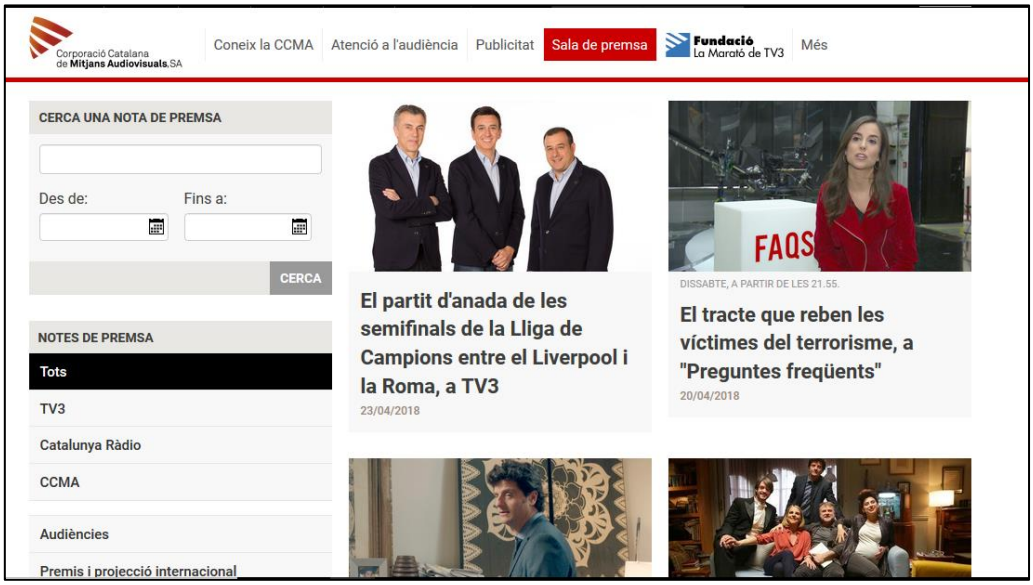
Fonts: CCMA (2018)

Al mateix *Espai de la transparència*, també hi ha un apartat sota el nom de *Gestió* on es publica la informació econòmica i patrimonial de la CCMA. En aquesta secció del portal de transparència podem consultar els pressupostos no només de l'any en curs (2018), sinó també d'anys anteriors. S'acompleixen d'aquesta manera els indicadors 9 i 10. També suma un punt en l'indicador 11 perquè publiquen tots els contractes formalitzats durant el 2018 i els anys anteriors. Aquesta informació la podem trobar a l'apartat del portal de transparència *Contractació.*

La corporació té tot un apartat de notícies sota el nom de *Sala de premsa* (imatge 6) en el qual pots consultar tot un seguit de notes de premsa. Tot i això, la CCMA no acompleix l'indicador 12, on es pregunta si hi ha un espai on s'explica què fan els membres de l'equip directiu. Pots posar un filtre per veure un contingut concret, com per exemple CCMA, però no hi ha entrades concretes sobre les activitats que fan aquests membres.

En aquesta mateixa secció del Web, podem trobar el contacte directe amb el departament de Comunicació. Se'ns facilita no només una adreça de correu electrònic, sinó que també un número de telèfon. Per això, la CCMA acompleix l'indicador 15.

Imatge 6. Sala de premsa de la CCMA



Fonts: CCMA (2018)

Al Web corporatiu es facilita a la ciutadania informació relativa al sorgiment de la corporació i sobre quina és la seva situació actual i, per això, té puntuació en els indicadors 13 i 14 de l'anàlisi. A l'apartat del web *Coneix la CCMA* hi ha una subsecció sota el nom *El Grup* (imatge 7) on s'explica el naixement de l'ens públic, de les diferents entitats que la formen i de quines associacions formen part.

Imatge 7. Explicació de què és la CCMA

Font: CCMA (2018)

Pel que fa a l'indicador 16, sobre si hi ha un espai al Web per consultar i participar en temes d'actualitat, la CCMA té un blog. A l'apartat d'*Atenció a l'audiència* podem trobar

El Blog de la Defensora, un espai on es plantegen temes d'actualitat per debatre. Tot i això, la corporació no acompleix l'indicador perquè no s'actualitza amb freqüència.

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals també acompleix l'últim indicador, el número 17. Hi ha tota una secció dedicada a les queixes i als suggeriments dels ciutadans sota el nom *Atenció a l'Audiència.* Faciliten un número de telèfon i també instància en línia on pots enviar la queixa o suggeriment al mitjà de comunicació de la CCMA que desitgis i, a més, pots concretar a quin programa.

Imatge 8. La defensora de l'espectador de la CCMA.

Font: CCMA (2018)

A més, si el que volem és enviar una queixa o aportació relacionada amb la igualtat, la protecció dels menors o el dret a la intimitat, entre altres, podem enviar una instància directa a la Defensora de l'Audiència (imatge 8), Laura Baladas, de qui faciliten informació biogràfica.

Euskal Irrati Telebista (Radio Televisión Vasca)

La Radio Televisión del País Vasco (EiTB) acompleix 11 dels 17 indicadors totals (65%). En el bloc d'informació institucional i organitzativa, dels 8 indicadors que hi ha n'acompleix 3. En el segon bloc, referent a la informació econòmica, acompleix els tres indicadors. En el darrer bloc, el d'informació per a la participació ciutadania, té puntuació en 5 dels 6 indicadors totals.

Taula 3. Resultats de l'anàlisi d'EiTB

Indicadors	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*
Puntuació	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1

Font: elaboració pròpia (2018)

A la pàgina inicial del seu Web corporatiu, has d'anar a una secció sota el nom *Otros* per poder accedir a tota la informació institucional (imatge 9). Hi ha una secció anomenada *Grupo EiTB.* Un cop en aquest apartat podem trobar informació sobre la transparència, la defensoria, hi ha informació sobre el Grup i també hi ha la sala de premsa, entre altres.

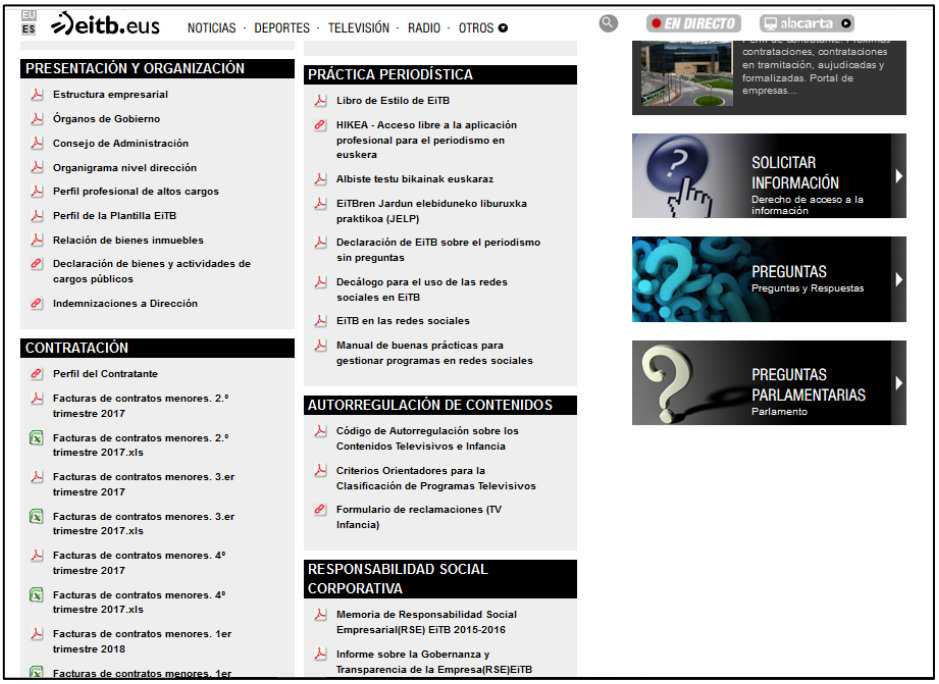
Imatge 9. Pàgina inicial del Web corporatiu d'EiTB

Font: EiTB (2018)

A la secció *Grupo* EiTB, podem accedir a l'espai de transparència (imatge 10), on trobem la majoria de la informació institucional del grup comunicatiu. Entre altres continguts hi ha els pressupostos, contractes, informes d'auditories, informació relativa a l'organització de la corporació, les diferents normatives de funcionament d'EiTB i el seu llibre d'estil.

En aquest espai de transparència, a l'apartat sota el nom *Presentación y Organización* és on podem consultar la informació sobre a l'estructura i organització de la corporació de comunicació Basca. EiTB acompleix l'indicador 2 perquè publica informació curricular de la Directora General, Maite Iturbe, en un document PDF sota el nom *Perfil professional de altos cargos.* Tot i això, no té puntuació en l'indicador 3 perquè no facilita informació curricular de la resta de membres de l'equip directiu.

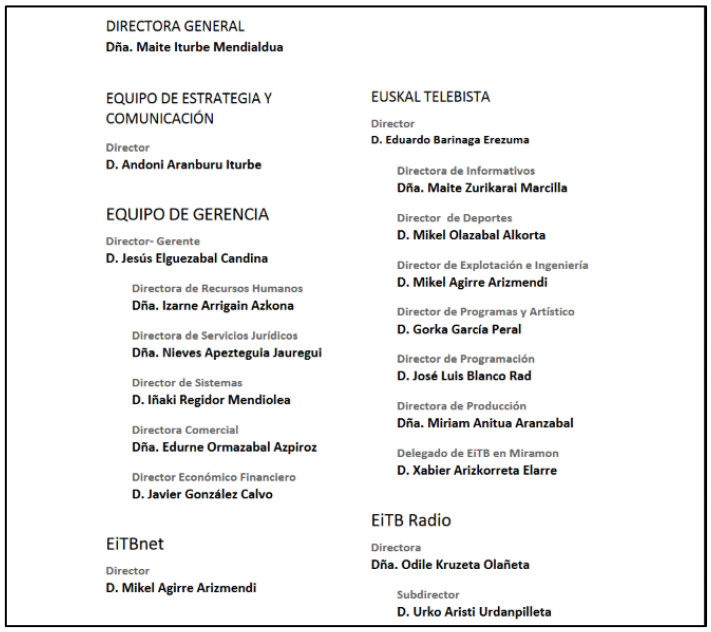
Imatge 10. Espai de transparència d'EiTB



Font: EiTB (2018)

En aquest apartat, *Presentación y Organización,* s'enuncia qui són els membres de l'Equip Directiu i la Directora General. Hi ha un document PDF amb el nom *Organigrama nivel dirección* (imatge 11) en el qual s'especifica el nom i cognom de cada membre de l'equip directiu i també la seva relació amb els altres membres. Per això, s'acompleix l'indicador 6 i 8 de l'anàlisi.

Imatge 11. Composició de l'Equip Directiu



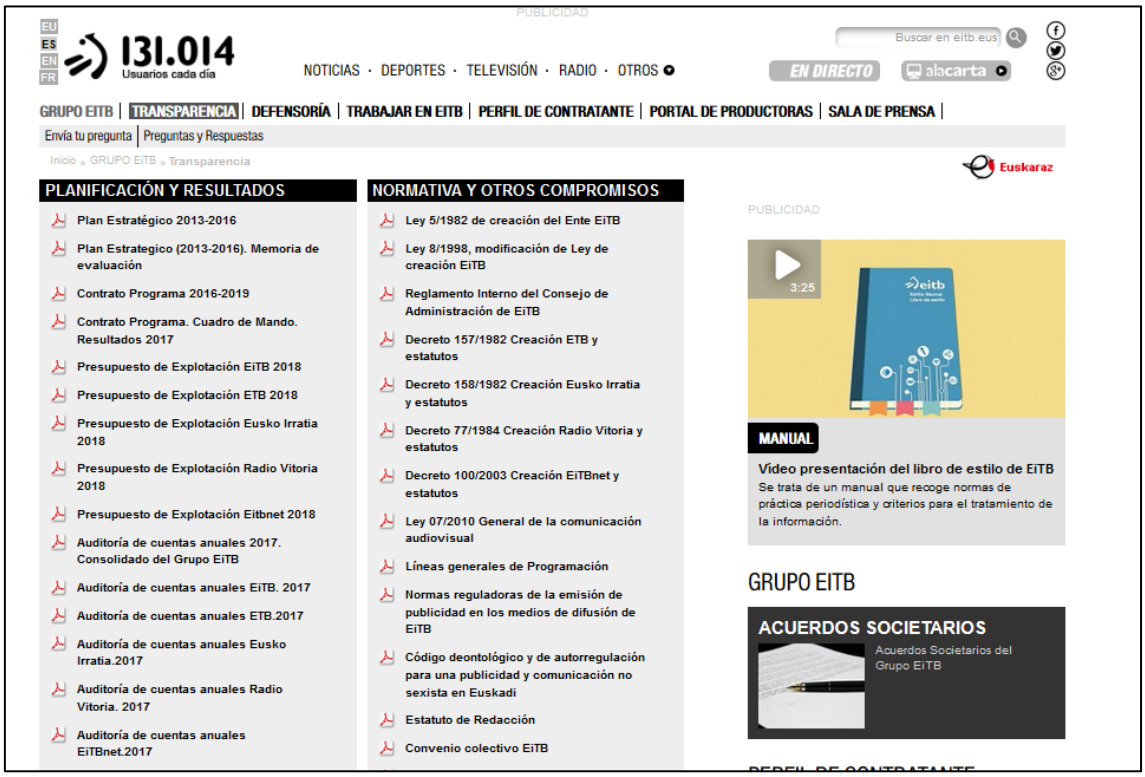
Font: EiTB (2018)

Tot i aquesta informació, a cap lloc del portal de transparència i del Web corporatiu hi ha fotografies dels membres directius, tampoc faciliten dades de contacte directes amb ells (telèfon o correu electrònic) i no especifiquen quines són les competències dels membres de l'equip directiu dins de l'organització. Per això, no acompleix els indicadors 1, 5 i 7 de l'anàlisi.

En aquest espai de transparència no hi ha en cap informació relativa a les retribucions mensuals o anuals d'aquests membres. Per aquest motiu no podem validar l'indicador número 4.

Al portal de transparència hi ha una secció amb el nom *Planificación y resultados* (imatge 12) on podem consultar el pla estratègic de l'organisme, els pressupostos de l'any vigent i de l'any anterior i, a més, les auditories de comptes anuals. Hi ha els pressupostos d'EiTB, però també els concrets dels mitjans de comunicació que formen la corporació. Així, acompleixen els indicadors 9 i 10 de l'anàlisi.

Imatge 12. Portal de transparència d'EiTB, secció econòmica



Font: EiTB (2018)

Hi ha també un altre apartat sota el nom *Contratación.* Allí és on podem trobar la informació sobre els contractes formalitzats per la corporació durant el 2017. Podem consultar les factures dels contractes per trimestres i en dos formats diferents - PDF i en Excel. També, facilita a la ciutadania un seguit d'estadístiques de les

contractacions, on podem veure en quin tipus de serveis s'han fet més contractes. D'aquesta manera, acompleixen el darrer indicador del bloc de matèria econòmica, el número 11.

Pel que fa als indicadors sobre participació ciutadana, la corporació a la secció *Grupo EiTB* té un espai dedicat a publicar informacions sobre les activitats que fa la mateixa, fins i tot, els premis que rep, amb el nom *Sala de Premsa.* Tot i això, no acompleixen l'indicador número 12 perquè no s'explica el que fan els membres de l'equip directiu.

A la secció *Grupo EiTB,* hi ha un espai amb el nom *Presentación* on podem consultar informació relativa al naixement de la corporació (imatge 13). Se'ns explica com va aparèixer i també quina és la seva situació actual. Per això, acompleix els indicadors 13 i 14 de l'anàlisi.

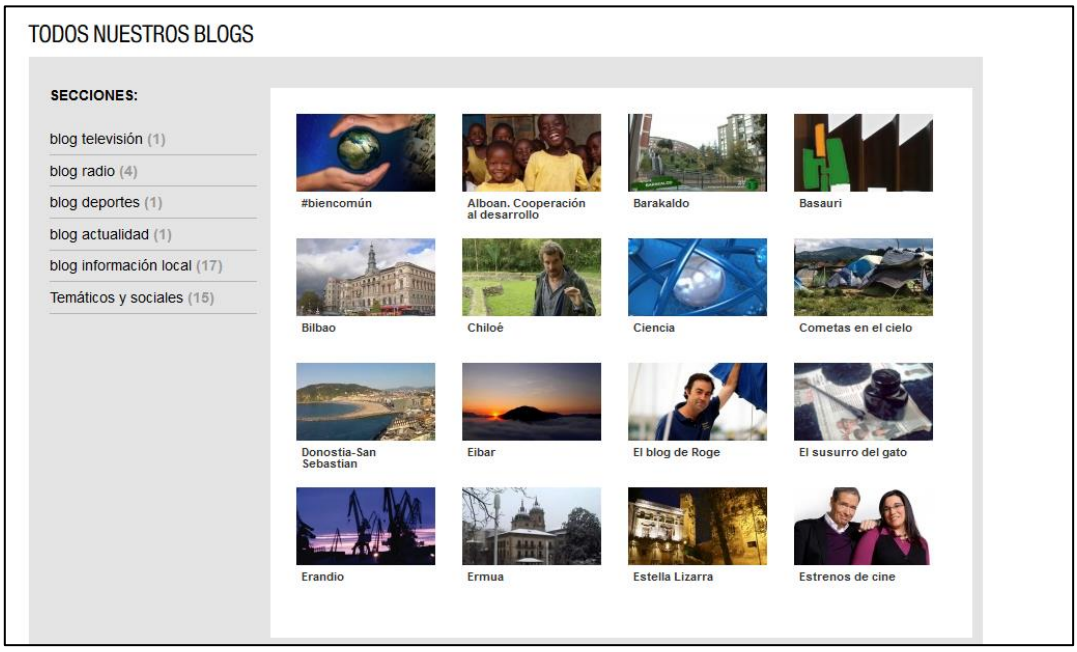
Imatge 13. Presentació del grup comunicatiu

Font: EiTB (2018)

A la *Sala de Premsa,* hi ha un apartat amb el nom *Contacto* on podem consultar el correu electrònic i el número de telèfon del Departament de Premsa del grup EiTB. Tot i que no publica exactament qui és el responsable del departament, té puntuació a l'indicador 15 perquè facilita dades de contacte directe amb el departament.

Tornant a la pàgina principal del Web corporatiu, a la secció *Otros* podem veure que hi ha una subsecció amb el nom *Blogs.* La corporació de comunicació basca té un blog on es fan entrades gairebé cada dia sobre temes d'actualitat, les notícies més destacades (imatge 14). Hi ha diferents seccions al blog (televisió, ràdio, esports, actualitat) i, fins i tot, pots seleccionar una localitat del País Basc i et redirigeix a un altre blog dedicat exclusivament a aquell municipi. És un espai que té molta vida perquè s'actualitza molt, però no hi ha gaires comentaris. Per això, el grup acompleix l'indicador número 16.

Imatge 14. Blogs de la corporació



Font: EiTB (2018)

L'ens basc, a la secció *Grupo EiTB,* té un espai per a les queixes i suggeriments amb el nom *Defensoría.* Pots consultar en aquesta secció la normativa d'EiTB referent a la defensa i protecció de l'espectador. També, et faciliten un formulari molt complet, on pots seleccionar el mitjà de comunicació i el programa, i un correu electrònic i la direcció física de l'entitat per enviar-lo. Per aquest motiu, acompleix l'indicador número 17.

Corporación Radio e Televisión de Galicia

La Corporación Radio e Televisión de Galícia (CRTVG) és la corporació pública que millor puntuació ha obtingut en l'anàlisi. Dels 17 indicadors totals té puntuació en 13 (76%). En el primer bloc d'indicadors, els referents a la informació organitzativa i

estructural, ha tingut puntuació en 6 dels 8 totals. Al segon bloc els acompleix tots 3. En el darrer bloc, dels 6 indicadors totals que hi ha té puntuació en 4.

Taula 4. Resultats de l'anàlisi de CRTVG

Indicadors	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*
Puntuació	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0

Font: elaboració pròpia (2018)

Al seu Web corporatiu hi ha un apartat amb el nom *CRTVG*. En aquesta secció tenim tota la informació relativa a la corporació: la seva història, els blogs que té, el portal de transparència, el directori de contactes i les *apps* de l'ens públic. És en la secció *Portal de Transparencia* (imatge 15) on hi ha la major part la informació institucional de la corporació gallega.

Un cop dins del portal de transparència, podem consultar informació institucional, informació sobre l'activitat de la corporació, sobre la Responsabilitat Social Corporativa (RSC) i també hi ha un apartat amb el nom *Interacción con Usuarios* on podem veure el Directori de contactes, les preguntes freqüents que els fan o informació comercial, entre altres.

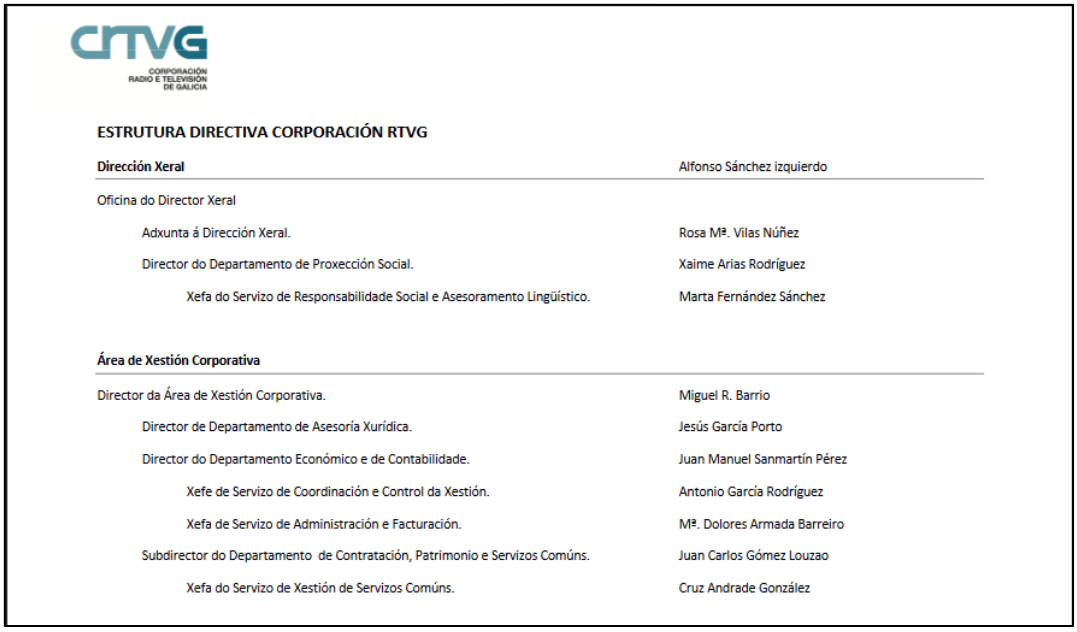
Imatge 15. Portal de transparència CRTVG

Font: CRTVG (2018)

Al portal de transparència, a la secció amb el nom *Información institucional* és on hi ha la informació relativa a l'estructura, organització i composició de l'ens públic. També, podem trobar documents sobre la identitat corporativa o la seva estratègia de funcionament. Dins d'aquesta secció, a la subsecció sota el nom *Organigrama e equipo directivo* podem consultar informació curricular i biogràfica del Director General de la corporació. També es facilita d'aquest director una fotografia. Per aquest motiu, s'acompleix l'indicador número 2 de l'anàlisi.

Al subapartat *Organigrama e equipo directivo* hi ha una secció amb el nom *Equipo directivo* i és on podem veure el llistat de noms i cognoms dels membres de l'equip directiu de la corporació (imatge 16). Tot i això, no acompleix els indicadors 1 i 3 de l'anàlisi perquè no facilita d'aquestes membres ni fotografies ni informació curricular o biogràfica.

Imatge 16. Part de l'estructura organitzativa de CRTVG



CRTVG
CORPORACIÓN RADIO E TELEVISIÓN DE GALICIA

ESTRUTURA DIRECTIVA CORPORACIÓN RTVG

Dirección Xeral	Alfonso Sánchez izquierdo
Oficina do Director Xeral	
Adxunta á Dirección Xeral.	Rosa Mª. Vilas Núñez
Director do Departamento de Proxección Social.	Xaime Arias Rodríguez
Xefa do Servizo de Responsabilidade Social e Asesoramento Lingüístico.	Marta Fernández Sánchez
Área de Xestión Corporativa	
Director da Área de Xestión Corporativa.	Miguel R. Barrio
Director de Departamento de Asesoría Xurídica.	Jesús García Porto
Director do Departamento Económico e de Contabilidade.	Juan Manuel Sanmartín Pérez
Xefe de Servizo de Coordinación e Control da Xestión.	Antonio García Rodríguez
Xefa de Servizo de Administración e Facturación.	Mª. Dolores Armada Barreiro
Subdirector do Departamento de Contratación, Patrimonio e Servizos Comúns.	Juan Carlos Gómez Louzao
Xefa do Servizo de Xestión de Servizos Comúns.	Cruz Andrade González

Font: CRTVG (2018)

En aquest subapartat, *Organigrama e equipo directivo,* del portal de transparència, a la secció sota el nom de *Organigrama* podem trobar un document PDF amb la resolució de la Direcció General de CRTVG on s'explica com s'organitza l'estructura directiva de la corporació. En aquest document es pot consultar quines són les competències de cada membre de l'equip directiu. Per això, s'acompleix l'indicador número 7 de l'anàlisi. En aquest mateix subapartat, *organigrama e equipo directivo,* podem consultar l'organigrama de l'ens públic. Així, podem donar un punt positiu a l'indicador 6 i 8.

Al Web corporatiu es faciliten els correus electrònics i els números de contacte de cada membre de l'equip directiu i, per això, té puntuació a l'indicador 5. Així i tot, no estan a la secció *d'Informació Institucional.* Al mateix portal de transparència, hem d'anar a *Interacción con Usuarios,* a la subsecció *Directorio.* Allí, separats per departaments, hi ha els números de telèfon i els e-mails (imatge 17).

Imatge 17. Dades de contacte dels membres directius

CRTVG | Portal de Transparencia | Interacción con usuarios/as | Directorio

Directorio

CORPORACIÓN RADIO E TELEVISIÓN DE GALICIA S.A.		
DEPARTAMENTO	ENDEREZO ELECTRÓNICO	TELÉFONO
DIRECCIÓN XERAL	dx@crtvg.gal	981.540.610
Adxunta ao Director Xeral	adxuntadirxeral@crtvg.gal	981.540.770
Dpto. Proxección Social		
Dirección	dir.comunicacion@crtvg.gal	981.540.643
Serv. Responsabilidade Social e Asesoramento Lingüístico	dir.comunicacion@crtvg.gal	981.540.643
Área de Prensa	prensacrtvg@crtvg.gal	981.540.643
Área de Relacións Públicas	rrpp@crtvg.gal	981.540.604

Font: CRTVG (2018)

La corporació acompleix l'indicador número 4 perquè podem consultar les retribucions dels membres de l'equip directiu. Per fer-ho, hem d'anar a una altra secció del portal de transparència. A *Actividade corporativa,* al subapartat *Recursos humanos,* hi ha un document PDF amb les retribucions anuals de l'equip directiu de la corporació (imatge 18), també del Consell d'Administració i dels càrrecs sindicals de l'entitat públics.

Imatge 18. Retribucions dels membres de l'Equip Directiu

EQUIPO DIRECTIVO CORPORACIÓN RADIO E TELEVISIÓN DE GALICIA
RETRIBUCIÓNS PREVISTAS PARA O EXERCICIO 2018

CARGO	APELIDOS E NOME	SOLDO	ANTIGÜIDADE	R. VARIABLE (*)	TOTAL
DIRECTOR XERAL	SANCHEZ IZQUIERDO,ALFONSO	73.684,44	3.891,02	10.315,82	**87.891,28**
DIRECTOR XERENTE DE XESTIÓN CORPORATIVA	RODRIGUEZ BARRIO,MIGUEL	64.309,44	5.183,46	9.003,32	**78.496,22**
DIRECTORA DE DIVISIÓN DE SOPORTE TECNOLÓXICO E MEDIOS	GONZALEZ OTERO,SARA	64.309,44	0,00	9.003,32	**73.312,76**
ADXUNTA AO DIRECTOR XERAL	VILAS NUÑEZ,ROSA MARIA	56.379,36	10.206,98	7.893,11	**74.479,45**
DIRECTOR/A DEPARTAMENTO	ARIAS RODRIGUEZ,JAIME	56.379,36	5.962,88	7.893,11	**70.235,35**
	FERNANDEZ VEIGUELA,SUSANA	56.379,36	0,00	7.893,11	**64.272,47**
	GARCIA PORTO,JESUS	56.379,36	4.607,52	7.893,11	**68.879,99**
	PEREIRA FARIÑA,JOSE	56.379,36	2.303,76	7.893,11	**66.576,23**
	POMBO ROMERO,MARIA CONCEPCION	56.379,36	5.962,88	7.893,11	**70.235,35**
	POSSE PEÑA,ANTONIO	56.379,36	10.206,98	7.893,11	**74.479,45**
	RODRIGUEZ OJEA,FERNANDO	56.379,36	3.840,06	7.893,11	**68.112,53**
	SANMARTIN PEREZ,JUAN MANUEL	56.379,36	10.206,98	7.893,11	**74.479,45**
DIRECTORA OPERATIVA DA RADIO GALEGA	BERMUDEZ BLANCO,MARIA PILAR	56.379,36	10.206,98	7.893,11	**74.479,45**
SUBDIRECTOR/A DE DEPARTAMENTO	CARBALLO VARELA,CARLOS	50.449,92	10.206,84	7.062,99	**67.719,75**
	GOMEZ LOUZAO,JUAN CARLOS	50.449,92	3.752,90	7.062,99	**61.265,81**
	SIERRA SANCHEZ,ROSA MARIA	50.449,92	10.206,98	7.062,99	**67.719,89**
REDACTOR/A XEFE		43.595,88		6.103,42	**49.699,30**
XEFE/A SERVIZO		43.595,88		6.103,42	**49.699,30**
XERENTE DE PROXECTO		43.595,88		6.103,42	**49.699,30**

(*) Retribución variable: máximo teórico, pendente aprobación e liquidación.

Font: CRTVG (2018)

En aquesta secció de *Actividade corporativa,* hi ha la informació de matèria econòmica. Es publiquen els pressupostos de l'any en curs i d'anys anteriors, i també els contractes i convenis signats al llarg del 2017. Per això, s'acompleixen els indicadors 9, 10 i 11 de l'anàlisi.

Pel que fa als indicadors de participació ciutadana, igual que en les corporacions anteriors, la corporació gallega té un espai dedicat a notícies sobre l'ens públic. Hem de tornar a la secció inicial *CRTVG* i, un cop allí, accedir a l'apartat sota el nom *CRTVG Viva.* Tenim l'opció de filtrar les notícies per data, categoria i, també, per paraules clau. Tot i això, no acompleix l'indicador número 12, ja que no ofereix informació relativa a les activitats dels membres de l'equip directiu.

A l'apartat *CRTVG,* a la secció sota el nom *Presentación,* podem consultar la història de la corporació (imatge 19), és a dir, com va sorgir CRTVG i quina és la seva situació actual. Explica no solament el sorgiment de la corporació en si, sinó també concretament de la història de la ràdio i la televisió pública gallega. Per això, acompleix els indicadors 13 i 14 de l'anàlisi.

Imatge 19. Presentació del Grup

Font: CRTVG (2018)

CRTVG també acompleix l'indicador número 15. A la secció *CRTVG* hi ha un subapartat amb el nom *Contacta.* Allí podem consultar el Directori dels membres de l'equip directiu i dels diferents departaments de la corporació. Tot i que no apareix el

nom del responsable de comunicació, si que tenim l'opció de contactar directament amb l'àrea de premsa.

En aquest mateix apartat de *contacta* és on apareix el número de contacte i el correu electrònic per enviar les queixes, suggeriments o consultes. No hi ha cap tipus de formulari o instància digital. Cal enviar un e-mail o trucar. Per aquest motiu, al no disposar d'un formulari complet no acompleix l'indicador 17.

Imatge 20. Blog de CRTVG

Font: CRTVG (2018)

També, dediquen un espai de blogs. A la secció *CRTVG,* hi ha l'apartat amb el nom *Blogs* (imatge 20). Es publica mensualment una entrada sobre un tema d'actualitat interessant per després iniciar un debat. Acompleix l'indicador 16, perquè hi ha un espai per debatre o interactuar amb la ciutadania.

Radio y Telvisión de Andalucía – Canal Sur

Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) té puntuació en 10 dels 17 indicadors totals de l'anàlisi (59%). En el primer bloc, dels 8 que hi ha n'acompleix 3. En el segon bloc, sobre informació econòmica, té puntuació en els tres. Finalment, en el darrer bloc, sobre informació relativa a la participació ciutadania té puntuació en 4 dels 6 indicadors.

Taula 5. Resultats de l'anàlisi de RTVA

Indicadors	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*
Puntuació	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1

Font: elaboració pròpia (2018)

El Web corporatiu de Radio televisió d'Andalusia és una mica complex per poder arribar a la informació institucional. A la pàgina principal has de fer un *scroll down* per poder trobar les seccions d'informació relatives a la corporació. En aquesta barra inferior trobem seccions com *Portal de Transparencia* (imatge 21)*, Defensor de la Audiencia* i *Sala de Prensa,* entre altres.

Imatge 21. Portal de transparència de RTVA

Font: RTVA (2018)

A l'espai de transparència és on hi ha la majoria d'informació institucional de la corporació pública andalusa. A la secció del portal de transparència *Información institucional y organizativa* es facilita informació sobre l'organització de l'ens públic, per qui està format i, entre altres continguts, també les diferents normatives per les quals es regeix l'ens públic.

En aquesta secció del portal de transparència, al subapartat *Estructura* hi ha tota la informació sobre els membres de l'equip directiu. Actualment (2018) RTVA no té un Director General i és el Subdirector General qui ha assumit temporalment el càrrec. Es facilita fotografia i informació curricular del Subdirector, Joaquín Duran Ayo, i, per aquest motiu, la corporació acompleix l'indicador número 2 de l'anàlisi (imatge 22). Al

només facilitar informació curricular del Director General en funcions i no dels membres de l'equip directiu, no acompleix l'indicador 3.

Imatge 22. Informació biogràfica del Subdirector

Font: RTVA (2018)

En aquest subapartat, *Estructura,* hi ha informació sobre els membres de l'equip directiu, és a dir, es publiquen els seus noms i cognoms i el càrrec que ocupen. Per això, acompleix l'indicador número 6. Com que no facilita les seves fotografies ni dades de contacte directe, no tenen puntuació en els indicadors 1 i 5 de l'anàlisi.

A la secció sota el nom *Información sobre altos cargos y persones que ejercen la maxima responsabilidad* és on trobem la informació relativa a les retribucions anuals dels membres de l'equip (imatge 23). Així, acompleix l'indicador número 4 de l'anàlisi.

Imatge 23. Retribucions dels membres directius

RTVA

LISTADO DE PUESTOS DE TRABAJO DE LA AGENCIA PÚBLICA EMPRESARIAL DE LA RADIO Y TELEVISION DE ANDALUCIA (RTVA)

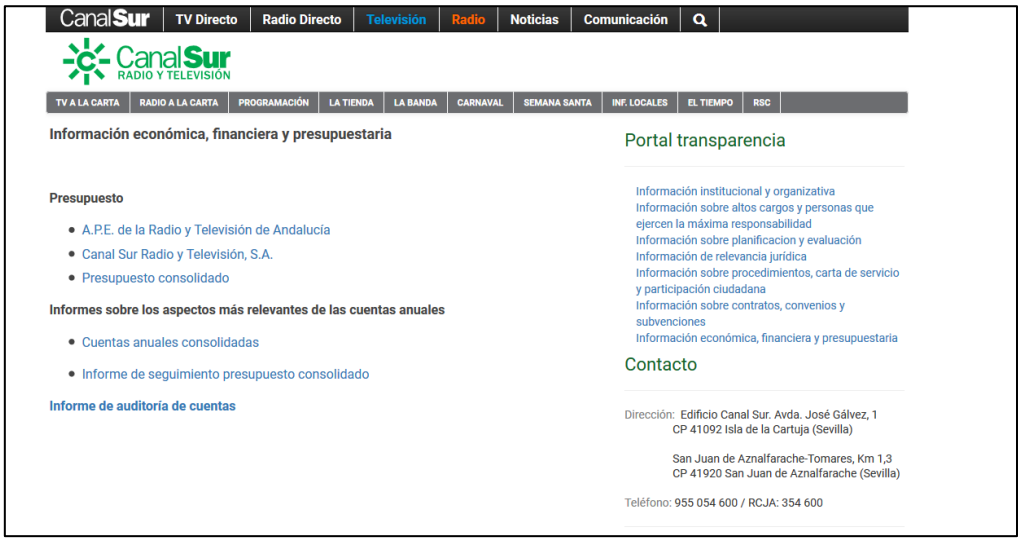
PUESTO DE TRABAJO	Nº PUESTO DE TRABAJO	RETRIBUCIONES FIJAS Y VARIABLES DEL PUESTO 2017
SUBDIR/ª GENERAL	1	78.522,77 €
DIR/ª GERENTE	1	78.522,77 €
DIR/ª ORGANIZACION RR.HH. Y SS.GG.	1	78.522,77 €
DIR/ª ECONOMICO/A FINANCIERA	1	78.522,77 €
DIR/ª TECNICO	1	78.522,77 €
DIR/ª COMERCIAL	1	78.522,77 €
DIR/ª SERVICIOS JURIDICOS	1	73.450,36 €
TITULADO/A SUPERIOR	2	68.000,00 €
AUDITOR/A	3	67.000,00 €
JEFE DEPARTAMENTO RECURSOS Y SERVICIOS	7	63.200,00 €
JEFE DEPARTAMENTO AREA ECONOMICA	7	62.400,00 €

Font: RTVA (2018)

En l'apartat *Información sobre altos cargos y persones que ejercen la maxima responsabilidad* hi ha una subsecció amb el nom *Posiciones directivas* on hi ha un document PDF amb l'organigrama de la institució. Tot i això, no podem donar-li la puntuació en l'indicador número 8 perquè és poc llegible. Tampoc acompleix l'indicador 7 perquè no facilita informació en cap lloc de l'espai de transparència sobre quines són les competències dels membres de l'equip directiu.

Al portal de transparència hi ha una secció amb el nom *Información económica, financera y presupuestaria.* Podem trobar-hi informació relativa als pressupostos anuals de la corporació (imatge 24) i també consultar els informe d'auditories de comptes. Acompleix els indicadors número 9 i 10 perquè publiquen els pressupostos de l'any vigent i també els d'anys anteriors.

Imatge 24. Pressupostos de la corporació



Font: RTVA (2018)

A la secció sota el nom *Información sobre contratos, convenios y subvenciones* del portal de transparència, hi ha la informació sobre els contractes, convenis i subvencions que ha rebut la corporació. Acompleix l'indicador 11 perquè publica els contractes que s'han fet al llarg de l'any, no només els contractes menors, sinó també els contractes subjectes a la llei de contractes de sector públic.

Pel que fa als indicadors sobre informació per a la participació ciutadania, la corporació de comunicació d'Andalusia no acompleix l'indicador número 12. Té una secció amb el nom *Sala de Premsa,* que podem accedir a ella si fem *scroll down* i anem a la barra inferior del Web corporatiu. En aquesta sala de premsa publica informació relativa a l'activitat de la corporació, però no hi ha notes de premsa o contingut sobre quines accions fan els membres de l'equip directiu. A més, no hi ha cap botó que ens permeti

fer un filtre o llegir altres notícies. Només podem veure les que apareixen a la pàgina principal de la secció *Sala de Premsa* (imatge 25). Tens la possibilitat de subscriu-te al seu butlletí de notícies.

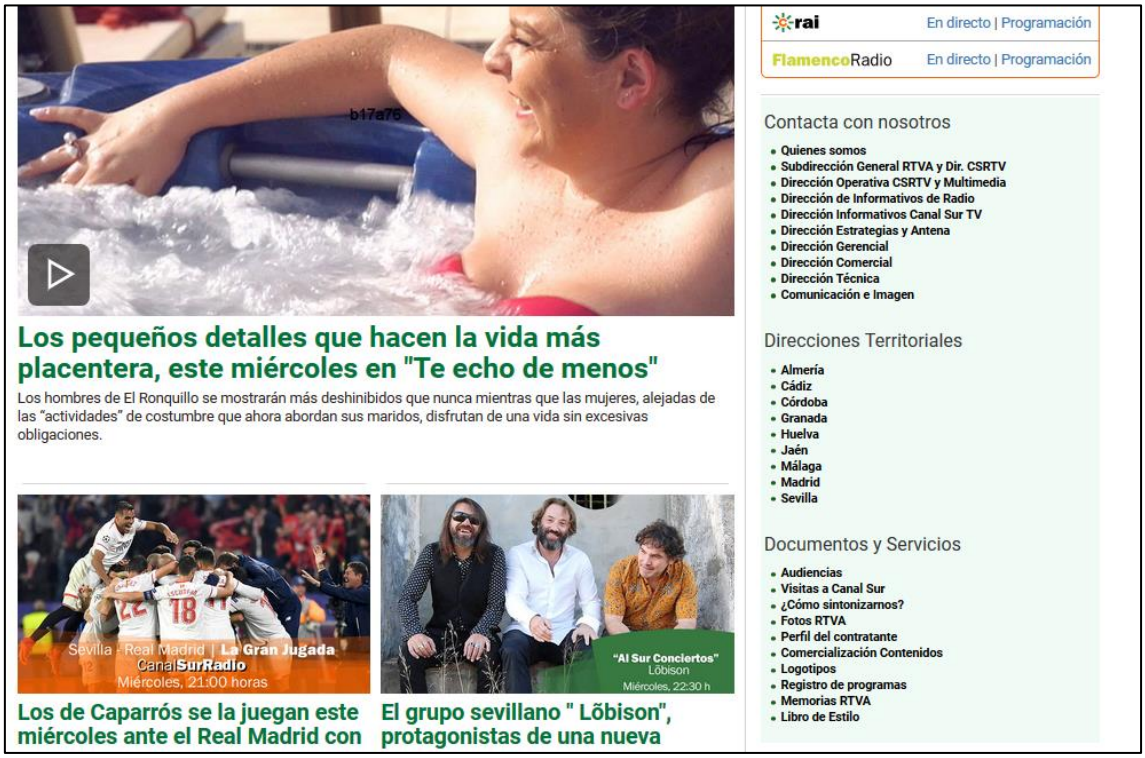
Imatge 25. Sala de premsa de RTVA

Font: RTVA (2018)

A la barra superior de la pàgina principal tenim una secció amb el nom *Comunicació* que ens redirigeix a la *Sala de Premsa* de la corporació. Allí, si fem *scroll down* en una barra lateral (imatge 26) trobem dos apartats on podem consultar el naixement de la corporació i la situació actual d'aquesta. A l'apartat sota el nom *Quienes somos* trobem informació sobre com va néixer Radio Televisió d'Andalusia i a l'apartat *Memorias RTVA* hi ha tot un seguit de documents en els quals es fa un resum anual de la situació de la corporació. S'acompleixen així els indicadors 13 i 14 de l'anàlisi.

En aquest mateix apartat de *Comunicació,* a la barra lateral hi ha una subsecció de *Contacta con nosotros.* Allí podem accedir-hi al departament de comunicació, sota el nom *Comunicación e imagen.* Hi ha la informació sobre qui és la cap del departament Comunicació i imatge, Susana Aguilar, i quin és el seu número de telèfon. També apareix qui és el coordinador de Comunicació, Pedro Andrades, el seu número de telèfon i el correu electrònic. D'aquesta manera, acompleix la corporació l'indicador 15.

Imatge 26. Barra lateral del Web corporatiu



Font: RTVA (2018)

Al Web corporatiu no hi ha cap secció o apartat on es faci referència a un blog o a un espai de discussió per a la ciutadania. Per això, no s'acompleix l'indicador número 16.

Imatge 27. Defensor de l'Audiència de la corporació

Font: RTVA (2018)

A la secció *Defensor de la Audiencia* (imatge 27) trobem tota la informació relacionada amb el defensor de l'audiència d'Andalusia, Antonio Manfredi. És una secció molt completa perquè hi ha una pàgina d'inici on podem consultar les notícies relacionades amb aquest departament, com per exemple informes que ha emès. Hi ha un altre subapartat on tenim documents, com les memòries que fa el Defensor de l'Audiència anualment amb estadístiques i dades relatives a aquest departament, i enllaços a diferents associacions, com la del Telespectador d'Andalusia. Finalment, hi ha un subapartat amb el nom *Contacto* on trobem les dades de contacte, direcció física de la corporació i número de telèfon, i també un formulari complet amb el qual podem enviar la nostra queixa al Defensor. Per aquest motiu, acompleix el darrer indicador, el número 17.

Radio Televisión de Madrid

Radio Televisión de Madrid (RTVM) té puntuació en 8 dels 17 indicadors totals de l'anàlisi (47%). És una de les corporacions que no aproven l'anàlisi realitzada. En el primer bloc, acompleix 4 dels 8 indicadors totals. En el segon bloc, sobre matèria econòmica, té els tres punts. Finalment, en el darrer bloc, sobre participació ciutadania, només acumula un punt dels 6 totals. Pertany al grup de les corporacions que no aproven l'anàlisi.

Taula 6. Resultats de l'anàlisi de RTVM

Indicadors	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*
Puntuació	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0

Font: elaboració pròpia (2018)

Al Web corporatiu de RTVM, hem de fer un *scroll dowm* per poder arribar a la barra inferior del Web i poder accedir l'espai corporatiu, sota el nom *Corporativo.* Allí hi trobarem la secció de *Contacta, Sala de* Premsa i l'espai de transparència, entre d'altres. És al *Portal de Transprencia* on hi ha la majoria de la informació institucional de la corporació pública.

A l'espai de transparència, hi ha diverses seccions on es publica informació corporativa, sobre els contractes, informació econòmica, l'activitat de la corporació, informació institucional i organitzativa, entre altres continguts.

A la secció *Informació Corporativa* podem consultar la normativa amb la qual es regeix la corporació, quines són les seves funcions i, també, la seva estructura. Acompleix

l'indicador número 2 perquè en aquest espai es facilita a la ciutadania informació curricular, nom i cognom i fotografia del Director General de l'organisme públic (imatge 28).

Imatge 28. Informació curricular del Director General.

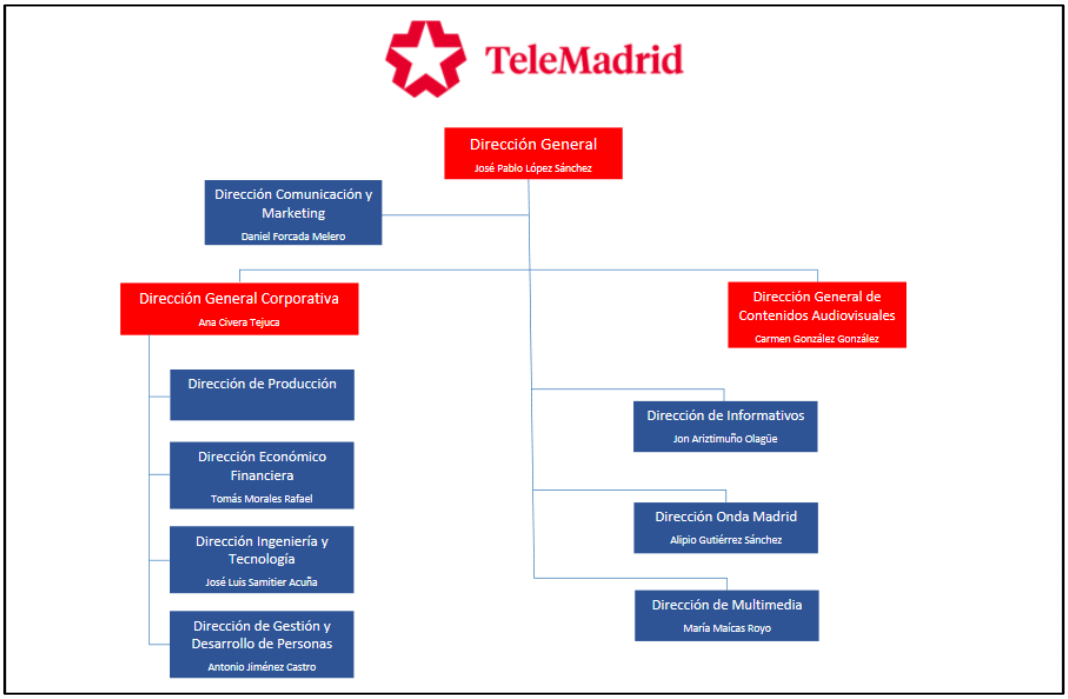
Font: RTVM (2018)

Si anem a la secció del portal de transparència sota el nom *Información institucional y organitzativa*, hi ha diversos documents en format PDF en els quals hi ha informació dels membres de l'equip directiu. Es publica el seu nom i cognom i dades curriculars. Per això, s'acompleix l'indicador número 3. No s'acompleix el número 1 i 5 perquè no es faciliten fotografies d'aquests membres ni tampoc números de contacte.

En aquesta mateixa secció, hi ha l'organigrama de la corporació (imatge 29). Es detalla qui està per sobre de qui. No solament apareix el càrrec, sinó que també apareixen els noms dels directius. Per aquest motiu, acompleix el número 6 i 8 de l'anàlisi.

Es detalla el currículum dels membres directius de RTVM i es publica l'organigrama de la mateixa i quin càrrec ocupa cadascú. Tot i això, no s'explica quines són les seves funcions i competències. En cap espai del portal de transparència hi ha documents o informació relativa a aquestes competències. Per això, no s'acompleix l'indicador 7 de l'anàlisi.

Imatge 29. Organigrama de la corporació

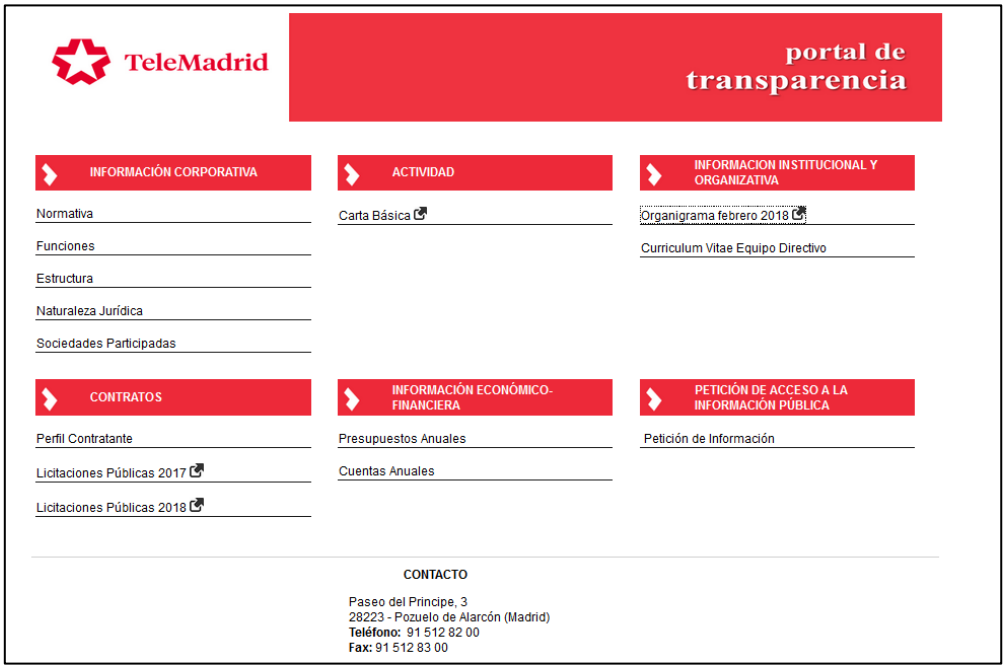


Font: RTVM (2018)

A cap espai del portal de transparència (imatge 30), ni a la secció *Información institucional* ni tampoc a la d'*Información Corporativa* o *Información económico-financiera,* hi ha disponible informació sobre les retribucions dels membres de l'equip directiu i el Director General de la corporació. Per aquest motiu, no acompleix l'indicador 4.

RTVM si que acompleix els indicadors 9 i 10 de l'anàlisi perquè a la secció *Información económico-financiera* facilita informació sobre els pressupostos anuals i els comptes anuals de l'ens públic. Podem consultar tant els de l'any en curs (2018) com els d'anys anteriors. També acompleix el número 11 perquè a l'apartat *Contratos* de l'espai de transparència publiquen els contractes anuals.

Imatge 30. Portal de transparència del grup comunicatiu



Font: RTVM (2018)

Radio Televisió de Madrid dels 6 indicadors d'informació sobre la participació ciutadana només acompleix 1. Si anem a l'apartat *Corporativo,* podem accedir a la *Sala de Prensa* de la institució pública. Allí es publiquen notes de premsa sobre l'organisme. No acompleix l'indicador número 12 perquè no facilita notes de premsa o informació sobre què fan els membres de l'equip directiu.

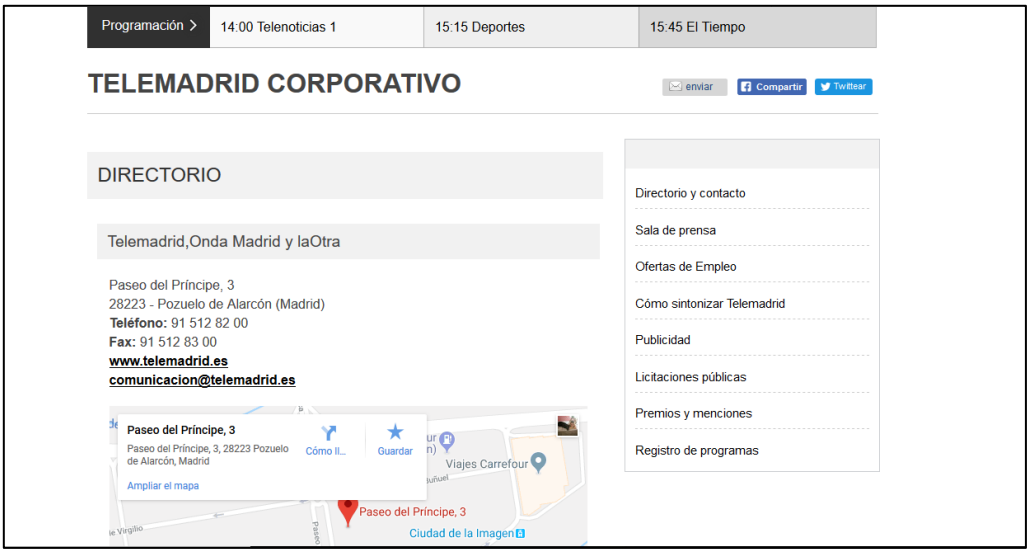
En aquesta secció de *Sala de Prensa* (imatge 31) es facilita un contacte amb el departament de comunicació. Acompleix l'indicador número 15 perquè encara que no s'enunciï qui és el responsable, sí que es facilita un correu electrònic per posar-te en contacte directe amb aquest departament.

Imatge 31. Sala de premsa

Font: RTVM (2018)

A cap espai del Web corporatiu hi ha a l'abast de la ciutadania informació o continguts sobre la història o la situació actual de la corporació Pública. Per aquest motiu, no té puntuació als indicadors 13 i 14 de l'anàlisi. Tampoc hi ha un espai dedicat a la discussió de temes d'actualitat i, per això, no suma punt en l'indicador número 16.

Imatge 32. Directori de la corporació



Font: RTVM (2018)

Finalment, pel que fa a l'indicador 18, sobre la bústia de suggeriments, al Web corporatiu de RTVM no hi ha un espai d'Atenció a l'Audiència. No hi ha a l'abast de la

ciutadania una instància en línia, un formulari o un número de contacte o correu electrònic per posar-te en contacte directe amb Atenció a l'Audiència. Tot i que a l'apartat *Corporativo* pots accedir a un *Directorio* (imatge 32), no hi ha cap número de telèfon ni correu electrònic per aquest departament.

Radio Televisión Canaria

Radio Televisión Canaria (RTVC) ha obtingut puntuació en 6 dels 17 indicadors totals (35%). És una altra de les corporacions que no aproven l'anàlisi. En el bloc d'indicadors sobre informació institucional i organitzativa n'acompleix 2 dels 8 indicadors totals. En el segon bloc té puntuació en els 3. En el darrer bloc, sobre informació de participació ciutadana acumula punts en 1 dels 6 indicadors que hi ha.

Taula 7. Resultats de l'anàlisi de RTVC

Indicadors	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*
Puntuació	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0

Font: elaboració pròpia (2018)

En el Web de la corporació hi ha una secció a la barra inicial amb el nom *Corporativa* on podem trobar tota la informació sobre l'ens públic: cronologia de la corporació, el portal de transparència, la llei reguladora, l'organigrama i l'oficina de l'espectador, entre altres continguts.

Per consultar la informació sobre l'organització i l'estructura de l'organisme públic hem d'anar a la secció *Corporativa* i un cop allí a la subsecció sota el nom *Organigrama* (imatge 33). Se'ns facilita els noms i cognoms dels membres de l'equip directiu i del President de la corporació. També publiquen les dades de contacte directes, tant número de telèfon com la direcció física. Per aquest motiu, acompleixen l'indicador número 5 i 6 de l'anàlisi.

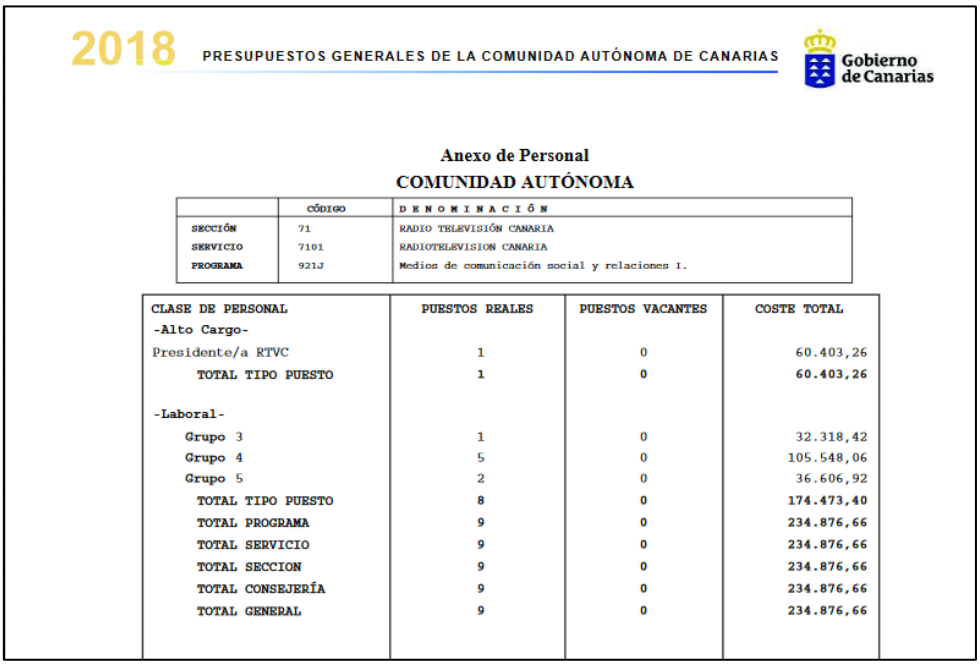
Com que no facilita en aquesta subsecció (*Organigrama)* ni tampoc en l'espai de transparència fotografies, informació curricular d'aquestes membres directius, les competències que tenen dins de l'ens públic i l'organigrama, no acompleix els indicadors número 1, 2, 3, 7 i 8 de l'anàlisi.

Imatge 33. Equip directiu de la corporació

Font: RTVC (2018)

A l'espai de transparència de la corporació, sota el nom *Portal de Transparencia,* situat a la secció *Corporativa,* hi ha informació sobre les retribucions dels treballadors de l'empresa pública i dels seus mitjans de comunicació (imatge 34). Tot i això, l'ens públic no té puntuació en l'indicador número 4 perquè dels membres directius només es publica les retribucions del President de la corporació.

Imatge 34. Retribucions dels membres directius



2018 PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS

Gobierno de Canarias

Anexo de Personal

COMUNIDAD AUTÓNOMA

	CÓDIGO	D E N O M I N A C I Ó N
SECCIÓN	71	RADIO TELEVISIÓN CANARIA
SERVICIO	7101	RADIOTELEVISION CANARIA
PROGRAMA	921J	Medios de comunicación social y relaciones I.

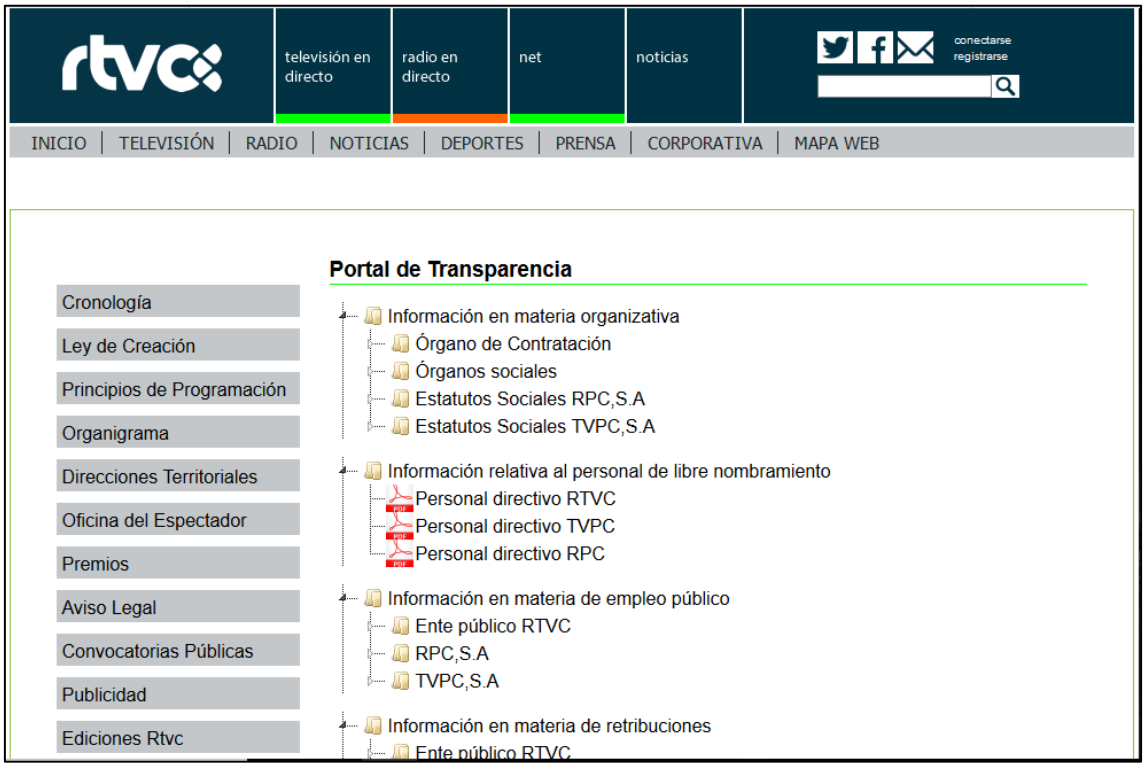
CLASE DE PERSONAL	PUESTOS REALES	PUESTOS VACANTES	COSTE TOTAL
-Alto Cargo-			
Presidente/a RTVC	1	0	60.403,26
TOTAL TIPO PUESTO	1	0	60.403,26
-Laboral-			
Grupo 3	1	0	32.318,42
Grupo 4	5	0	105.548,06
Grupo 5	2	0	36.606,92
TOTAL TIPO PUESTO	8	0	174.473,40
TOTAL PROGRAMA	9	0	234.876,66
TOTAL SERVICIO	9	0	234.876,66
TOTAL SECCION	9	0	234.876,66
TOTAL CONSEJERÍA	9	0	234.876,66
TOTAL GENERAL	9	0	234.876,66

Font: RTVC (2018)

Al *Portal de Transparencia* (imatge 35) és on podem trobar la majoria d'informació de matèria econòmica. Dins de l'espai de transparència hi ha la subsecció *Información Presupestaria y Contable.* Allí podem consultar els pressupostos de l'any vigent (2018) i també els d'anys anteriors. Així, s'acompleixen els indicadors 9 i 10.

Al mateix espai de transparència, a la subsecció amb el nom *Información sobre contratos*, se'ns facilita informació sobre els contractes formalitzats per l'ens públic durant el 2017 i també durant el 2016. Per això, té puntuació en l'indicador número 11.

Imatge 35. Portal de transparència del grup comunicatiu



Font: RTVC (2018)

A la barra inicial del Web corporatiu podem trobar una altra secció amb el nom *Prensa*. En aquesta secció hi ha tot un seguit de notes de premsa i notícies relacionades amb el ens públic. Tot i això, no té puntuació en l'indicador número 12 perquè no facilita continguts sobre les activitats o accions que fan els membres de l'equip directiu. Tens l'opció de filtrar el contingut, però no pots veure només notícies sobre la corporació.

Si anem a la secció *Corporativa,* hi ha una subsecció amb el nom *Cronología* (imatge 36) on podem consultar la història de l'organisme públic. Per això, acompleix l'indicador número 13 de l'anàlisi, però no el 14, ja que no està actualitzat el contingut i no s'explica quina és la situació actual de RTVC.

Imatge 36. Cronologia de la corporació

Font: RTVC (2018)

En aquesta mateixa secció, *Corporativa,* si anem a la subsecció *Organigrama,* podem conèixer qui és la directora del departament de producte, comunicació i màrqueting. Tot i que surt la directora, no s'especifica ni el número de telèfon ni la direcció ni tampoc el nom del responsable del departament de Comunicació. Per aquest motiu, no té puntuació en l'indicador número 15.

En cap espai del Web corporatiu hi ha una secció on hi hagi un blog o un espai per publicar continguts d'actualitat o que siguin de gran interès social per crear una discussió o un debat amb la ciutadania. Per això, no pot tenir puntuació en l'indicador 16.

Finalment, la corporació de canàries té tota una subsecció dedicada a l'atenció de l'espectador. A la secció *Corporativa* hi ha la subsecció *Oficina del Espectador* (imatge 37) en la qual s'explica el funcionament d'aquest departament.

Imatge 37. Oficina de l'espectador del grup

Font: RTVC (2018)

Tot i això, no es pot portar un punt en l'indicador número 17 perquè no hi ha cap tipus de formulari, només es facilita una adreça de correu electrònic per enviar les queixes, suggeriments i consultes.

Radio-Televisión de Castilla La Mancha

La Radio-Televisión de Castilla La Mancha (RTVCM) acompleix 10 dels 17 indicadors totals que hi ha a l'anàlisi (59%). En el bloc d'indicadors sobre informació organitzativa i estructural té 4 punts dels 8 totals. Al segon bloc en suma els 3 i del darrer bloc, sobre informació de participació ciutadana, dels 6 que hi ha n'acompleix 3.

Taula 8. Resultats de l'anàlisi de RTVCM

Indicadors	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*
Puntuació	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0

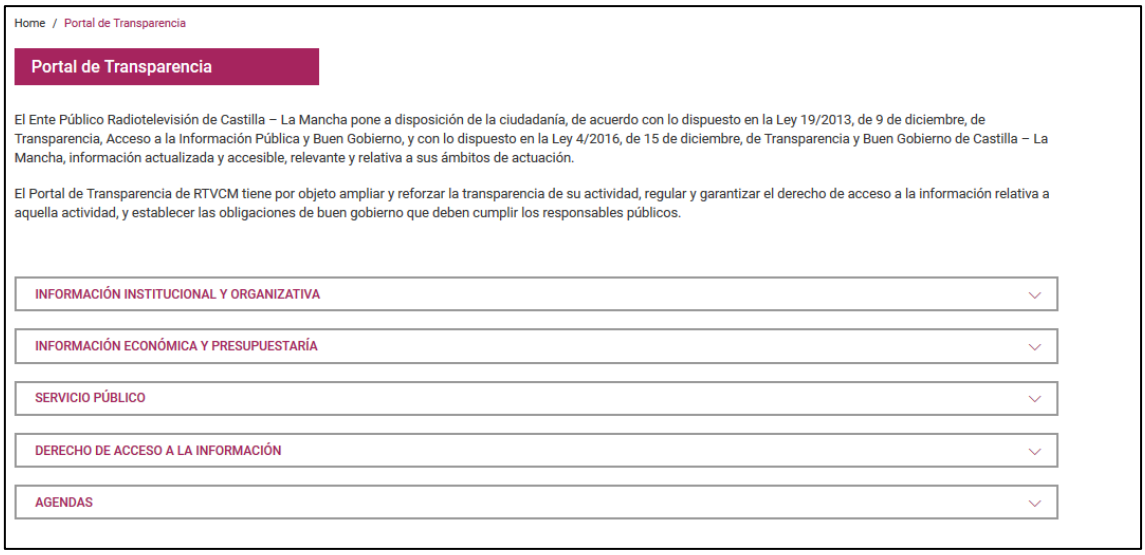
Font: elaboració pròpia (2018)

Quan entres al seu Web corporatiu has de fer un *scroll* down per arribar a una barra inferior on hi ha diferents seccions per consultar la informació institucional. En aquesta

barra inferior podrem trobar informació sobre qui són, la sala de premsa, els números de contacte i el portal de transparència, entre altres continguts.

Al *Portal de Transparencia* (imatge 38) hi ha diverses seccions d'informació: institucional i organitzativa, econòmica i pressupostària, servei públic, drets d'accés a la informació i les agendes. És als apartats d'informació institucional i econòmica on podem consultar la major part de la informació institucional de la corporació.

Imatge 38. Portal de transparència de RTVCM



Font: RTVCM (2018)

A la secció *Informació institucional y organitzativa* del portal de transparència, hi ha un subapartat amb el nom *Estructura organitzativa.* En aquest subapartat hi ha un document PDF en el qual hi ha informació sobre l'estructura, les diferents seus de la corporació, dades de plantilla i també la composició i la trajectòria de l'equip directiu. Acompleix els indicadors número 1, 2, 3 i 6 de l'anàlisi perquè facilita la composició de l'òrgan de govern, els noms i cognom dels membres directius i també fotografies i dades curriculars d'aquests membres.

En aquesta mateixa secció, hi ha un altre subapartat sota el nom *Plantilla* on hi ha documents en format Excel en els quals s'indiquen les retribucions anuals per categories i seus de la corporació (imatge 39). Tot i això, no té puntuació en l'indicador 4 perquè a més de ser un document poc llegible, no es publica les retribucions dels membres directius.

Imatge 39. Retribucions de RTVCM

RELACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO Y RETRIBUCIONES DEL EJERCICIO 2017 DE CASTILLA - LA MANCHA MEDIA															
EMPRESA	CENTRO	TIPO DE CONTRATO	CATEGORIA	CATEGORIA SUPERIOR	Salario Base	Superior Categoría	Anti - güedad (1)	Importe Variables Convenio (2)	Comple - mento Delega ciones (3)	Comple - mentos Puesto (4)	Otros comple - mentos (5)	Comple - mento Organi - grama	Pactos de Trabajo	Retribu - ciones por IT (Seguridad Social)	Indem nizacione s
Ente	ALBACETE	INTERINIDAD	AYUDANTE DE PRODUCCIÓN	AYUDANTE DE PRODUCCIÓN	23.687,71			3.826,33	2.772,72		0,00		0,00		
Ente	ALBACETE	INDEFINIDO	AYUDANTE DE PRODUCCIÓN	AYUDANTE DE PRODUCCIÓN	13.959,92		99,51	0,00			0,00		0,00	11.766,12	
Ente	ALBACETE	INDEFINIDO	AYUDANTE DE REALIZACIÓN	AYUDANTE DE REALIZACIÓN	21.774,74		2.159,79	923,70	2.587,87		0,00		0,00	1.388,89	
Ente	ALBACETE	INDEFINIDO	PRODUCTOR/A	PRODUCTOR/A	30.725,66		1.794,94	1.625,00		7.902,24	0,00		0,00		
Ente	ALBACETE	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	8.778,76		654,48	234,74	924,24	600,00	0,00		0,00		
Ente	ALBACETE	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	21.001,00		1.711,73	480,68	1294,8		0,00		0,00		
Ente	ALBACETE	PRÁCTICAS	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	20.520,27			1.410,70	3.261,65		0,00		0,00		
Ente	ALBACETE	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	30.725,66		2.290,68	1.934,78	3.696,96		0,00		0,00		
Ente	ALBACETE	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	30.725,66		1.299,34	3.094,40	3.696,96		0,00		0,00		
Ente	ALBACETE	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	30.725,66		1.794,94	2.223,56	3.696,96		0,00		0,00		
Ente	ALBACETE	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	30.725,66		2.290,68	1.458,58	3.696,96	2.700,00	0,00		0,00		
Ente	ALBACETE	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	EXCLUIDA	30.725,58		1.794,94	0,00			0,00	18.134,42	0,00		
Ente	ALBACETE	INTERINIDAD	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	5.607,31			336,08	554,54		0,00		0,00		
Ente	ALBACETE	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	30.725,66		1.507,94	1.529,86	3.696,96		0,00		0,00		
Ente	ALCÁZAR DE SAN JUAN	PRÁCTICAS	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	13.724,08			1.332,93	2.653,71		0,00		0,00		
Ente	ALCÁZAR DE SAN JUAN	PRÁCTICAS	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	20.880,57			2.020,95	3.696,96		0,00		0,00		
Ente	ALCÁZAR DE SAN JUAN	PRÁCTICAS	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	6.337,66			624,22	924,24		0,00		0,00		
Ente	ALCÁZAR DE SAN JUAN	OBRA	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	30.725,66			1.986,01	3696,96		0,00		0,00		
Ente	CIUDAD REAL	INTERINIDAD	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	26.321,61			336,08			0,00		0,00		
Ente	CIUDAD REAL	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	29.701,47		2.214,32	525,00		11.666,66	0,00		0,00	1.572,61	
Ente	CIUDAD REAL	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	EXCLUIDA	30.725,58		2.290,68	0,00			0,00	17.638,68	0,00		
Ente	CIUDAD REAL	PRÁCTICAS	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	4.250,37			191,15	852,35		0,00		0,00		
Ente	CIUDAD REAL	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	30.725,66		2.204,58	175,00			0,00		0,00		
Ente	CIUDAD REAL	INTERINIDAD	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	30.725,66			1.113,71	3.696,96		0,00		0,00		
Ente	CIUDAD REAL	INTERINIDAD	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	30.725,66			1.267,24	3696,96		0,00		0,00		
Ente	CIUDAD REAL	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	30.725,66		1.888,88	1.101,22	3.696,96		0,00		0,00		
Ente	CUENCA	PRÁCTICAS	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	20.792,22			1.485,16	3.275,92		0,00		0,00		
Ente	CUENCA	INDEFINIDO	REDACTOR/A AUDIOVISUAL	EXCLUIDA	30.725,58		1.794,94	0,00			0,00	18.134,42	0,00		

Font: RTVCM (2018)

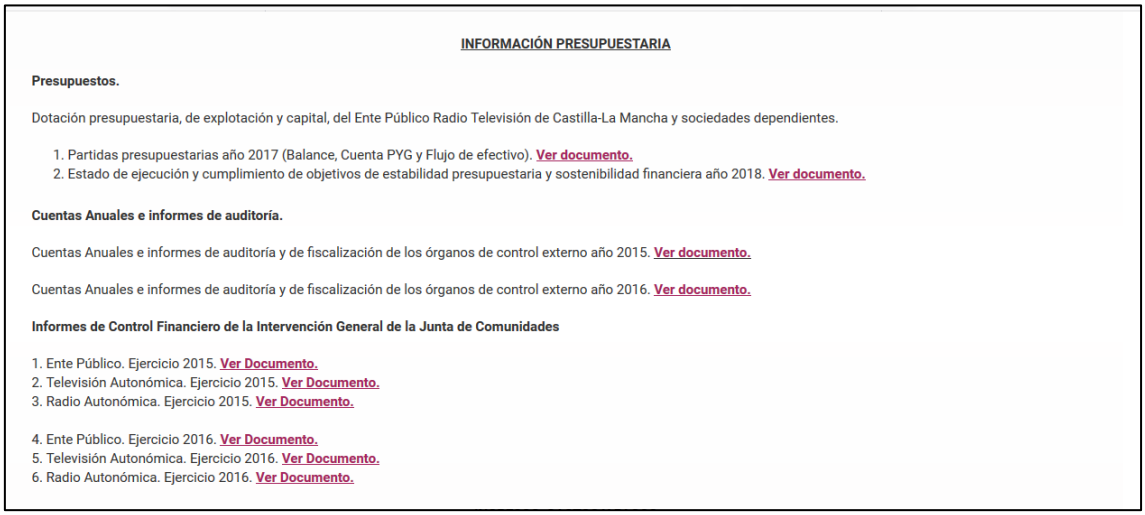
No acompleix l'indicador 5 perquè a cap espai del portal de transparència ni del Web corporatiu es publiquen les dades de contacte directe amb els membres de l'equip directiu. Hi ha un apartat a la pàgina principal del Web amb el nom *Contáctanos* on hi ha dades de contacte de les diferents seus i departaments de la corporació, però no dels membres directius.

Tampoc acompleix els indicadors 7 i 8 perquè no facilita a la ciutadania informació sobre les competències dels membres directius ni un organigrama de l'organisme públic.

A l'espai de transparència, a la secció *Información Económica y Presupuestaria* hi trobem la informació relativa a l'economia de la corporació. Per una banda, dins de la secció, al subapartat *Información de contratación* hi ha documentació sobre els contractes formalitzats durant l'exercici de 2017 i anys anteriors, el perfil del contractant i estadístiques de contractes, entre altres continguts i, per això, té puntuació en l'indicador 11.

En aquesta mateixa secció, la subsecció *Información Presupuestaria* (imatge 40) trobem informació sobre els pressupostos de l'any en curs (2018) i també sobre els comptes d'exercicis anteriors. D'aquesta manera, acompleix els indicadors 9 i 10 de l'anàlisi.

Imatge 40. Informació pressupostària de la corporació



INFORMACIÓN PRESUPUESTARIA

Presupuestos.

Dotación presupuestaria, de explotación y capital, del Ente Público Radio Televisión de Castilla-La Mancha y sociedades dependientes.

1. Partidas presupuestarias año 2017 (Balance, Cuenta PYG y Flujo de efectivo). Ver documento.
2. Estado de ejecución y cumplimiento de objetivos de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera año 2018. Ver documento.

Cuentas Anuales e informes de auditoría.

Cuentas Anuales e informes de auditoría y de fiscalización de los órganos de control externo año 2015. Ver documento.

Cuentas Anuales e informes de auditoría y de fiscalización de los órganos de control externo año 2016. Ver documento.

Informes de Control Financiero de la Intervención General de la Junta de Comunidades

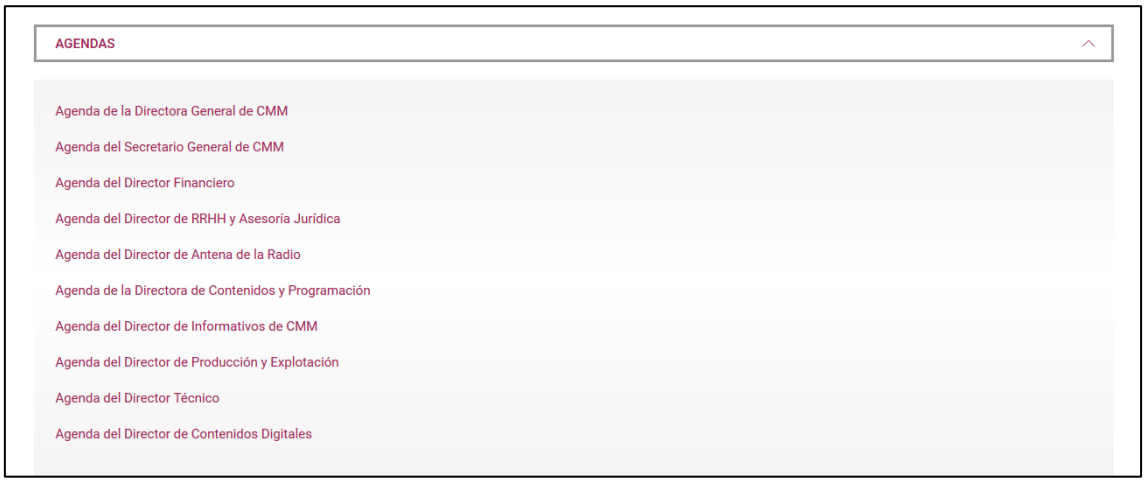
1. Ente Público. Ejercicio 2015. Ver Documento.
2. Televisión Autonómica. Ejercicio 2015. Ver Documento.
3. Radio Autonómica. Ejercicio 2015. Ver Documento.

4. Ente Público. Ejercicio 2016. Ver Documento.
5. Televisión Autonómica. Ejercicio 2016. Ver Documento.
6. Radio Autonómica. Ejercicio 2016. Ver Documento.

Font: RTVCM (2018)

La corporació de Castella La Manxa té puntuació en l'indicador 12 perquè facilita informació sobre les accions que fan els membres de l'equip directiu. Al portal de transparència hi ha una secció amb el nom *Agendas* (imatge 41) i allí podem consultar l'agenda, i per tant, les accions que faran els membres directius.

Imatge 41. Agendes dels Directius al Portal de transparència



AGENDAS

Agenda de la Directora General de CMM

Agenda del Secretario General de CMM

Agenda del Director Financiero

Agenda del Director de RRHH y Asesoría Jurídica

Agenda del Director de Antena de la Radio

Agenda de la Directora de Contenidos y Programación

Agenda del Director de Informativos de CMM

Agenda del Director de Producción y Explotación

Agenda del Director Técnico

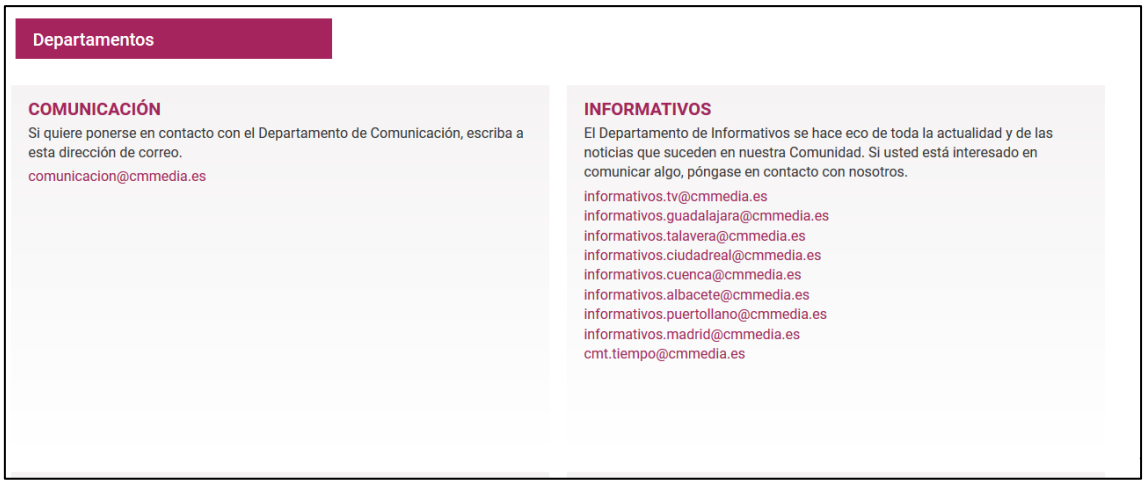
Agenda del Director de Contenidos Digitales

Font: RTVCM (2018)

A la pàgina d'inici del Web corporatiu, a la barra inferior, hi ha la secció *¿Quines Somos?.* En aquesta secció podem consultar informació relativa al sorgiment de l'ens públic, la seva llei de creació i qui forma part del Consell d'Administració i del Consell Asesor. Té puntuació en l'indicador 13 de l'anàlisi perquè publica informació sobre el naixement de RTVCM. En canvi, no acompleix el número 14 perquè no explica quina és la situació actual de la organització.

A la pàgina d'inici, a la barra inferior, trobem una secció amb el nom *Contáctanos.* En aquest apartat del Web és on hi ha diferents números de contacte, correus electrònics i adreces relacionades amb la corporació. Es facilita un correu electrònic per posar-te en contacte directament amb el departament de Comunicació de l'ens públic (imatge 42). Encara que no diu qui és el responsable, posa a l'abast de la ciutadania aquesta informació. Per això, acompleix l'indicador 15 de l'anàlisi.

Imatge 42. Dades de contacte de la corporació



Font: RTVCM (2018)

L'ens públic no acompleix els indicadors número 16 i 17. Al Web corporatiu de la corporació de Castella La Manxa no hi ha un espai habilitat per publicar continguts actuals que són de gran interès social per iniciar un debat. No hi ha un blog per crear una discussió. Tampoc hi ha com algunes de les altres organitzacions una bústia de suggeriments. Al Web corporatiu no podem trobar un espai amb una instància en línia o un formulari ni tampoc dades de contacte amb aquest departament, és a dir, ni un número de telèfon ni un correu electrònic.

Radio Televisió de les Illes Balears

La Radio Televisió de les Illes Balears (IB3) té puntuació en 9 dels 17 indicadors de l'anàlisi (53%). En el primer bloc d'indicadors suma un total de 3 punts dels 8 possibles. En el segon bloc, el d'indicadors sobre matèria econòmica, acompleix els tres que hi ha. Finalment, en el darrer bloc acumula 3 punts dels 6 totals.

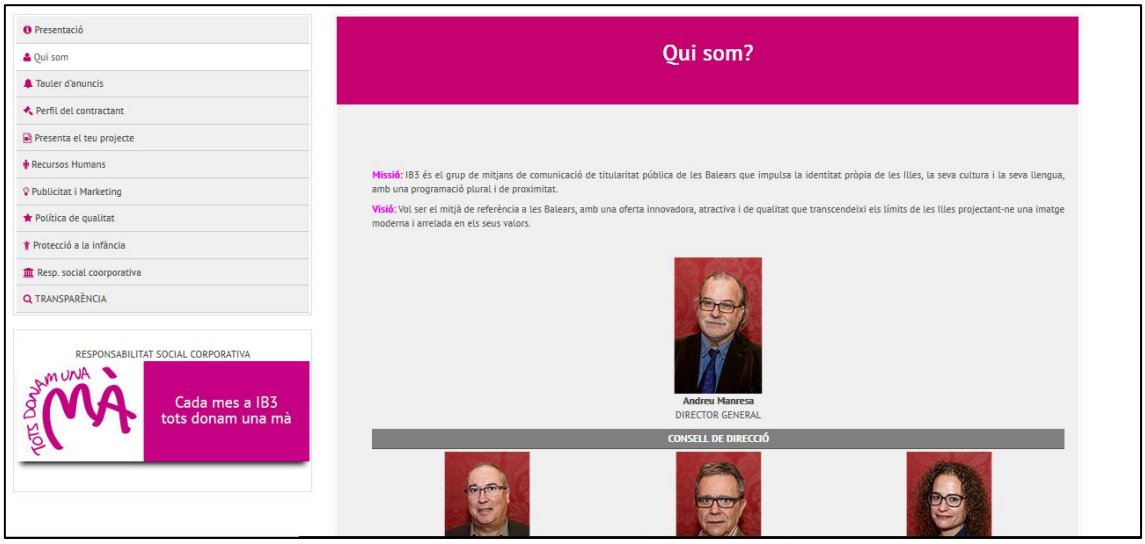
Taula 9. Resultats de l'anàlisi d'IB3

Indicadors	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*
Puntuació	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0

Font: elaboració pròpia (2018)

A la pàgina principal del Web corporatiu, a la barra superior, hi ha una secció amb el nom *Corporatiu* on podem consultar la informació institucional de l'organització pública. Allí hi ha el portal de transparència, la secció *Qui som?,* el tauler d'anuncis i el portal corporatiu.

Imatge 43. Secció Qui som? d'IB3



Font: IB3 (2018)

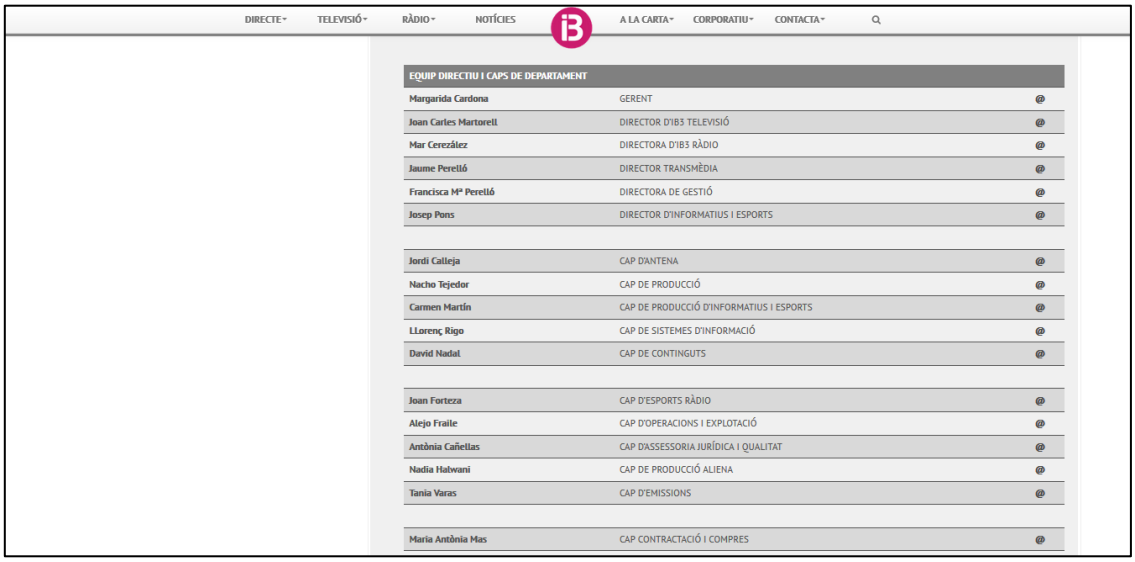
A la subsecció *Qui som?* (imatge 43) se'ns publica informació relativa a la composició del Consell de Direcció d'IB3, la missió i visió de l'ens públic i també qui forma part de l'equip directiu de la corporació. És on trobem tota la informació relativa a l'organització i l'estructura de l'organització.

A la secció, es publica una fotografia i també el currículum del Director General de l'organisme públic. Per això, s'acompleix l'indicador número 2 i 6 de l'anàlisi. No té puntuació en els indicadors 1 i 3 perquè mentre que del Director General si que es facilita la fotografia i el currículum, dels altres membres directius només el publica el nom i cognom.

La corporació té puntuació també en l'indicador número 5 perquè en aquesta subsecció, *Qui sóm?,* també es publica les dades de contacte directe amb cada membre de l'equip directiu, el seu correu electrònic (imatge 44). Al costat de cada nom

del membre directiu apareix una @ i, si fas clic en aquest símbol, t'apareix l'adreça de correu electrònic.

Imatge 44. Membres de l'equip directiu



Font: IB3 (2018)

A cap espai d'aquesta secció ni del Web corporatiu es publica informació sobre les competències que té cada membre de l'equip directiu. Tampoc hi ha un organigrama de l'organització. Per això, no acompleix els indicadors 7 i 8 de l'anàlisi.

Al portal de transparència sota el nom *Transparència* (imatge 45) es publica tota la informació relativa a l'àmbit econòmic de la corporació, és a dir, les retribucions, els contractes formalitzats, el perfil del contractant i la informació econòmica i pressupostària d'IB3, entre altres.

Imatge 45. Portal de transparència d'IB3

Font: IB3 (2018)

Dins del portal de transparència, a la secció sota el nom *Informació relativa a retribucions alts* càrrecs és on es facilita un document PDF amb les retribucions dels alts directius de la corporació (imatge 46). Tot i això, no acompleix l'indicador 4 perquè no publica les retribucions de tots els membres de l'equip directiu.

Imatge 46. Retribucions alts càrrecs

Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears

RETRIBUCIONS ANUALS BRUTES

ALTS CÀRRECS DE L'ENS PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ DE LES ILLES BALEARS

Director General	Andreu Manresa Monserrat	53.998,80
Gerent	Margarita Cardona Cardona	53.999,16
Directora Ràdio	Mar Cerezález Núñez	50.939,64
Director Televisió	Joan Carles Martorell Velásquez	53.999,16

Font: IB3 (2018)

En aquest portal de transparència, a la subsecció amb el nom *Informació econòmica i pressupostària* es facilita a la ciutadania els pressupostos i principals partides pressupostàries de l'any vigent (2018) i també d'anys anteriors. Per això, té puntuació en els indicadors 9 i 10.

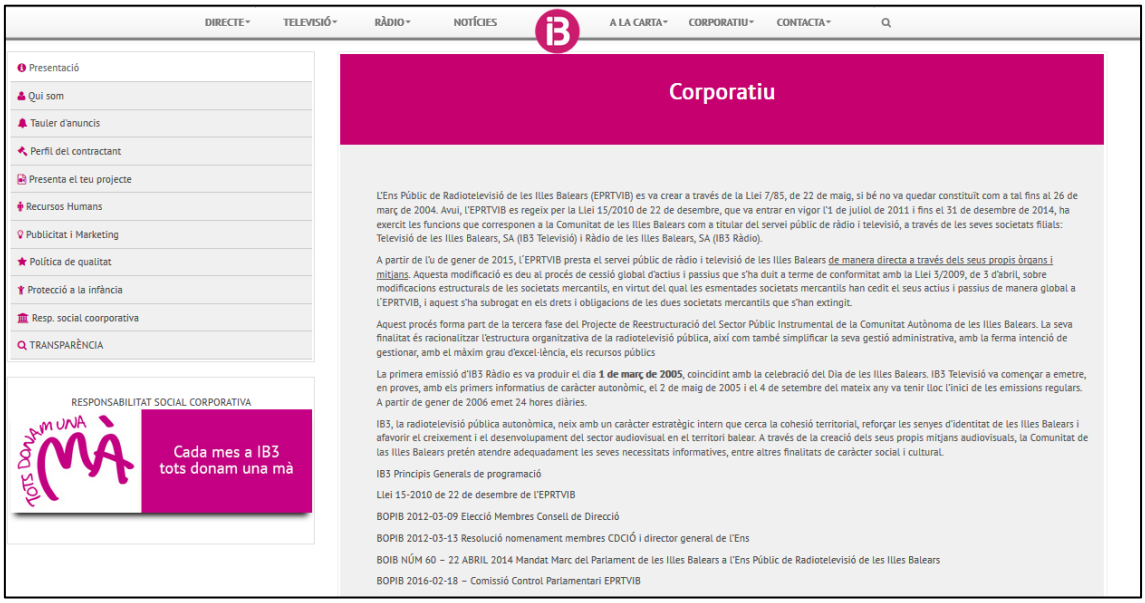
També acompleix l'indicador número 11 de l'anàlisi perquè a la subsecció de l'espai de transparència *Contractació* es publica el perfil del contractant i els diferents tipus de contractes que ha fet la corporació durant el 2017 i el 2016.

Pel que fa als indicadors sobre informació per a la participació ciutadana, IB3 té al seu Web corporatiu un espai anomenat *Tauler d'anuncis,* a la secció *Corporatiu*, a la barra superior del Web. Allí podem trobar informació relativa a convocatòries de contractació. No acompleix l'indicador número 12 de l'anàlisi perquè tot i que existeix aquest taulell d'anuncis, no es publiquen notes de premsa en cap lloc del Web Corporatiu sobre les accions o activitats que fan els membres de l'equip directiu.

A la mateixa secció *Corporatiu,* a la subsecció *Portal Corporatiu* (imatge 47) és on es facilita a la ciutadania informació relativa al sorgiment de l'entitat pública, el marc

regulador amb el qual funciona i quina és la seva situació actual. Per això, té puntuació en els indicadors 13 i 14 de l'anàlisi.

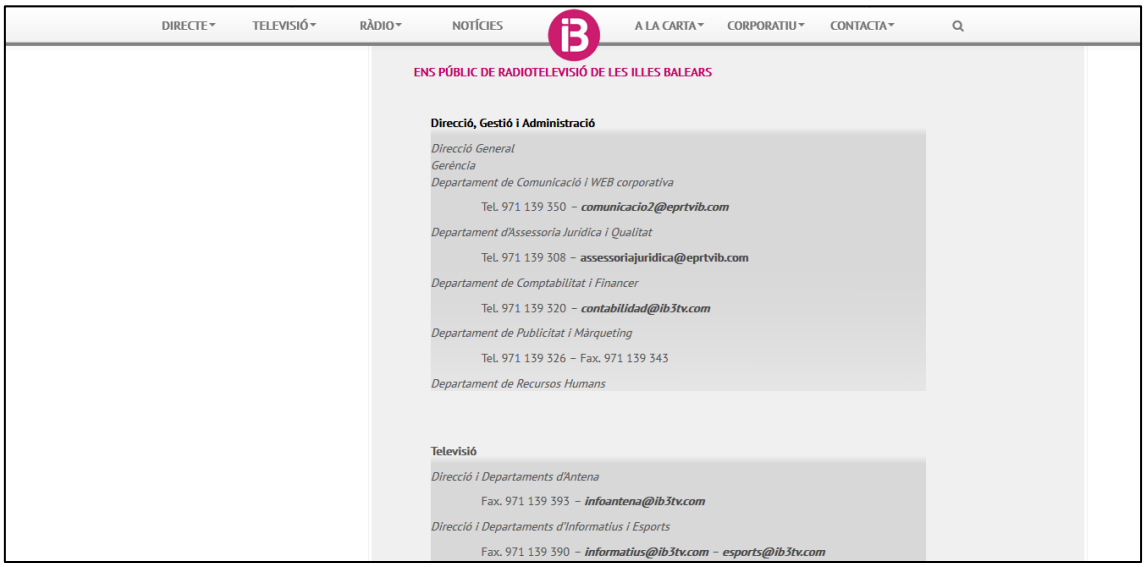
Imatge 47. Presentació d'IB3



Font: IB3 (2018)

A la secció *Qui som?*, si fem un *scroll dowm*, sota els noms dels membres de l'equip directiu se'ns faciliten dades de contacte amb tots els departaments de la corporació (imatge 48). Es publiquen els correus electrònics i el número de telèfon i fax. L'ens públic té puntuació en l'indicador número 15 perquè facilita les dades del departament de comunicació.

Imatge 48. Departament de Comunicació

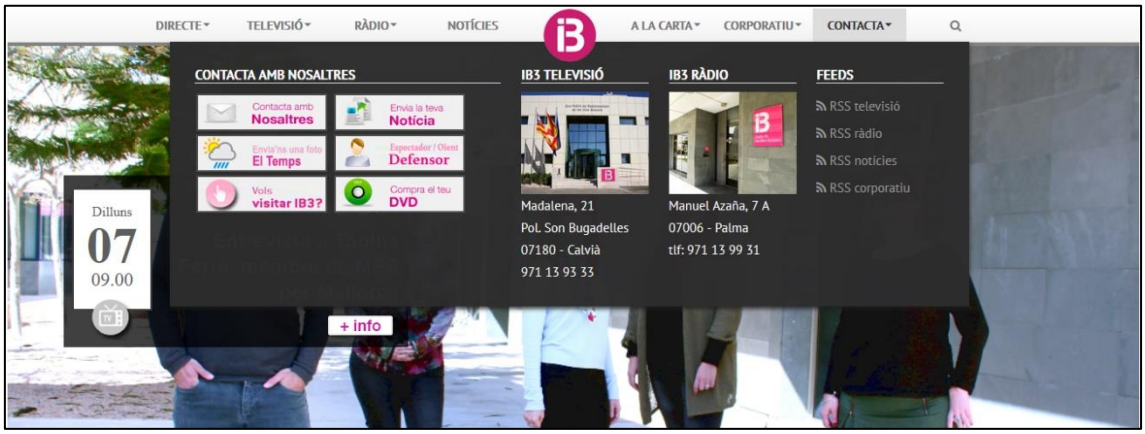


Font: IB3 (2018)

La corporació de Comunicació balear no acompleix l'indicador 16 de l'anàlisi perquè al Web Corporactiu no hi ha un espai dedicat a fer debats o a discutir sobre temes d'actualitat que són de gran rellevància social.

Pel que fa al darrer indicador, el número 17, IB3 té una bústia de suggeriments on els ciutadans poden enviar les seves queixes, consultes o suggeriments a l'entitat pública. A la secció *Contacta* de la barra superior del Web, sota el nom *Espectador/Oient Defensor*, trobem aquest espai de participació ciutadana (imatge 49).

Imatge 49. Secció Contacta de l'organisme



Font: IB3 (2018)

Tot i això, la corporació no té puntuació en aquest indicador perquè és una instància en línia estàndard, molt simple. Tampoc facilita un número de telèfon directe amb aquest departament ni tampoc un correu electrònic.

Corporación Aragonesa de Radio y Televisión

La Corporació Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV) acompleix 8 dels 17 indicadors totals de l'anàlisi (47%). En el bloc d'indicadors sobre informació organitzativa i estructural acumula puntuació en 4 dels 8 totals. En el segon bloc té puntuació en els tres i en el darrer, sobre informació de participació ciutadana, dels 6 indicadors que hi ha n'acompleix 1. És una de les altres corporacions que no aproven l'anàlisi.

Taula 10. Resultats de l'anàlisi de CARTV

Indicadors	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*
Puntuació	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0

Font: elaboració pròpia (2018)

A la barra superior de Web corporatiu trobem diferents seccions en les quals podem trobar la informació institucional. Entre les diferents seccions està el *Portal de Transparencia* (imatge 50), la secció *Nosotros* on s'explica que és CARTV, la seva estructura i instal·lacions, entre altres, i la secció *Sala de Prensa.*

Imatge 50. Portal de transparència de CARTV

Font: CARTV (2018)

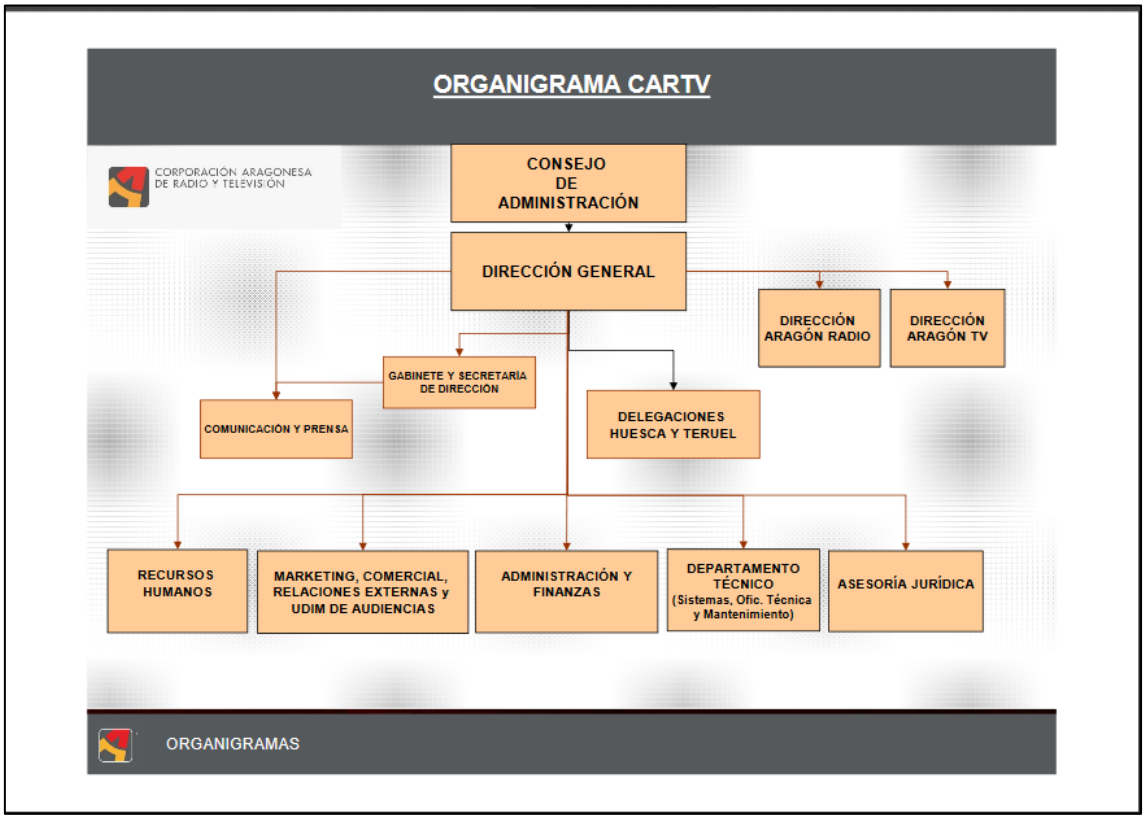
Al portal de transparència, a la secció *Información instituciona, organizativa y política* hi ha un document sota el nom *Datos biográficos* on podem consultar informació curricular del Director General de la corporació. Per això, s'acompleix l'indicador número 2.

A l'espai *Nosotros,* situat a l'espai superior del Web, hi ha una subsecció sota el nom *Estructura* on podem consultar els diferents departaments de la corporació. Dins d'*Estructura,* a l'espai anomenat *Departamentos CARTV* és on podem consultar els noms i cognoms dels membres de l'equip directiu. Tot i això, a cap espai del portal de transparència i de la secció *Nosotros* es publiquen les fotografies, dades curriculars i dades de contacte dels membres de l'equip directiu. Per aquest motiu no té puntuació en els indicadors 1,3 i 5 de l'anàlisi.

La corporació acompleix els indicadors 6 i 8 de l'anàlisi perquè facilita informació sobre la composició de l'Òrgan de Govern i també posa a l'abast de la ciutadania

l'organigrama. Al portal de transparència, a la secció *Información institucional, organizativa y política,* podem consultar l'organigrama de CARTV (imatge 51) i també dels mitjans de comunicació de la corporació. Tot i això, no acompleix l'indicador número 7 perquè en cap espai del portal de transparència ni del Web corporatiu facilita informació sobre les competències dels membres de l'equip directiu.

Imatge 51. Organigrama de l'organització



Font: CARTV (2018)

En aquesta mateixa secció del portal de transparència es posa a l'abast de la ciutadania les retribucions dels membres directius i dels treballadors de la corporació. Per això, s'acompleix l'indicador número 4.

A l'espai de transparència hi ha una subsecció amb el nom *Información sobre planificación, gestión, control, financera y presupuestaria* (imatge 52), en la qual podem consultar informació sobre els pressupostos i auditories, entre altres continguts, de la corporació. Es compleixen els indicadors 9 i 10 de l'anàlisi perquè hi ha a l'abast de la ciutadania els pressupostos tant de l'any en curs (2018) com dels anys anteriors.

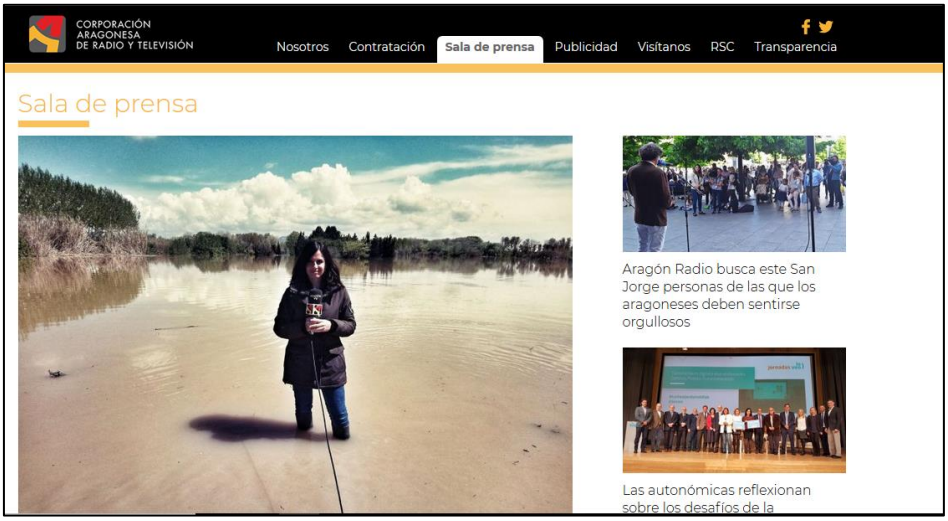
Imatge 52. Portal de transparència, informació econòmica

Font: CARTV (2018)

Al mateix portal de transparència hi ha una altra subsecció amb el nom *Información sobre contratos, convenios, encomiendas de gestión y encargos a medios propios.* En aquest espai poden consultar els contractes que ha formalitzat la corporació durant diversos exercicis. Per això, té puntuació en l'indicador número 11.

CARTV no acompleix l'indicador número 12. Té una secció amb el nom *Sala de Prensa* (imatge 53), situada a la barra superior del Web, on publica notícies relacionades amb la corporació. Tot i això, no té puntuació perquè no explica què fan els membres de l'equip directiu i tampoc disposa d'un filtre per cercar només notícies sobre la corporació.

Imatge 53. Sala de Premsa de CARTV



Font: CARTV (2018)

A la secció *Nosotros*, de la barra superior del Web, podem trobar informació relativa a la corporació. Dins d'aquesta secció, al subapartat sota el nom *¿Qué es CARTV?* se'ns explica com va sorgir l'ens públic i els seus mitjans de comunicació. Per aquest motiu acompleix l'indicador número 13 de l'anàlisi. En el número 14 no té puntuació perquè no informa sobre la situació actual de l'ens públic.

A la secció *Portal de Transparencia* hi ha un subapartat sota el nom *Contacto, derecho de acceso y otra información* (imatge 54). En aquest espai del portal podem trobar dades de contacte amb la corporació i altra informació d'interès general. No acompleix l'indicador número 15 perquè no facilita informació de contacte amb el Departament de Comunicació.

Imatge 54. Dades de contacte de CARTV

Font: CARTV (2018)

Al Web corporatiu de la corporació aragonesa no hi ha cap espai dedicat a fer debats sobre temes d'actualitat. Per això no acompleix l'indicador número 16. El Web disposa d'un espai anomenat *ComuniCARTV* (imatge 55). És una comunitat on es comparteix de forma personalitzada tot el relacionat amb la programació dels seus mitjans. Cal registrar-se. Aquesta secció la podem trobar a la part superior dreta del Web, al costat de la icona en forma de sobre.

Imatge 55. Espai ComuniCARTV

Font: CARTV (2018)

A la pàgina inicial, a la part superior dreta hi ha una icona en forma de sobre que ens remet a la bústia de suggeriments de la corporació. Tot i que hi ha aquesta bústia, no acompleix l'indicador número 17 de l'anàlisi perquè és una instància en línia estàndard. A més, tampoc faciliten cap dada de contacte amb aquest departament, ni un correu electrònic ni un número de telèfon.

Radiotelevisión del Principado de Asturias

La Radiotelevisión del Principado de Asturias (RTPA) és juntament amb la de Madrid, Canàries i Aragó, una de les que no aproven l'anàlisi. Té una puntuació de 5 sobre els 17 indicadors totals (29%). En el primer bloc d'indicador té puntuació en 2 indicadors dels 8 totals de l'anàlisi. En el segon bloc, sobre matèria econòmica, acompleix els tres. En el bloc d'indicadors sobre informació de participació ciutadana no té cap punt dels 6 totals.

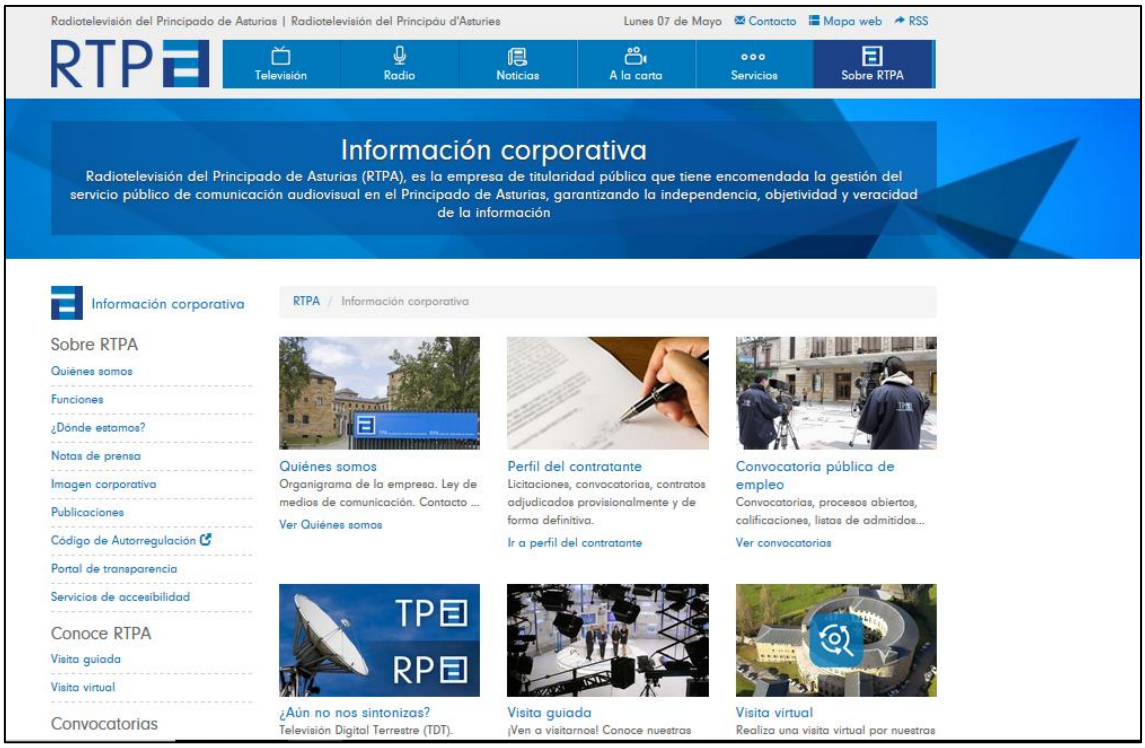
Taula 11. Resultats de l'anàlisi de RTPA

Indicadors	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*
Puntuació	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0

Font: elaboració pròpia (2018)

Al seu Web corporatiu hi ha una barra inicial on hi ha la secció *Corporativo,* on trobarem la majoria de la informació corporativa de l'ens públic (imatge 56). Dins d'aquesta secció hi ha continguts molt variats: organigrama de l'ens, la llei reguladora, el portal de transparència i notes de premsa, entre altres.

Imatge 56. Secció corporativa del Web



Font: RTPA (2018)

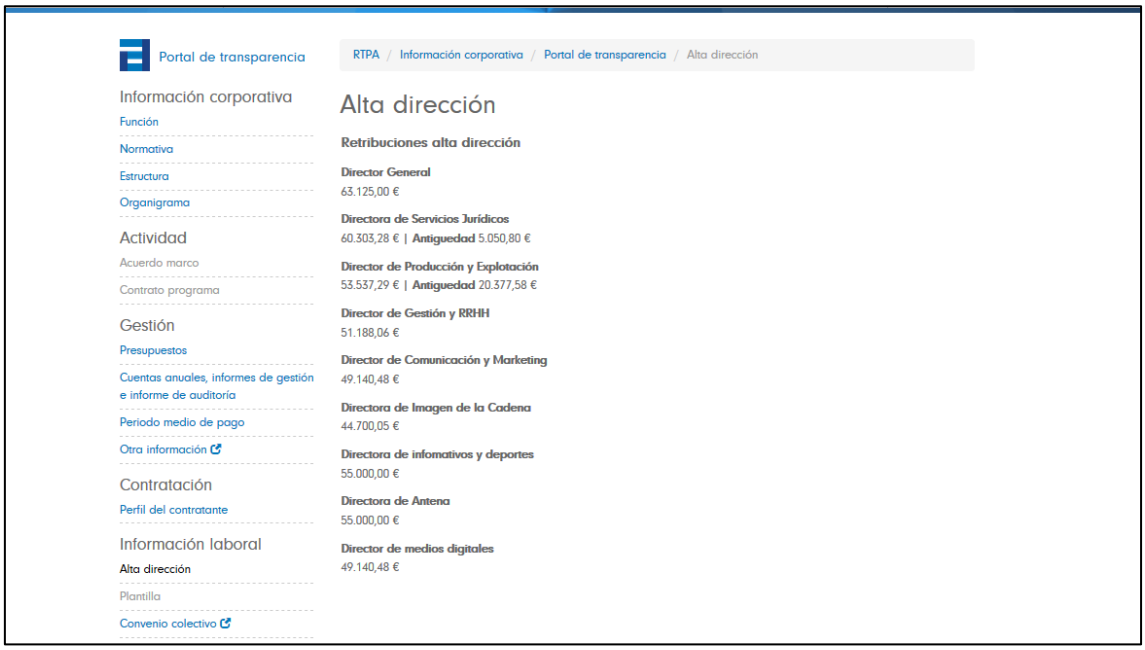
Al portal de transparència (imatge 57), a la subsecció *Información Corporativa* se'ns facilita la informació relativa a l'organització i estructura de l'ens públic. A *Organigrama es* publiquen els noms i cognoms dels membres de l'equip directiu i, per això, s'acompleix l'indicador número 6 de l'anàlisi. Com que no deixen a l'abast de la ciutadania les fotografies d'aquestes membres, informació curricular, dades de contacte directe amb el Director General i els membres directius, l'organigrama de l'ens públic i les competències d'aquests treballadors no té puntuació en els indicadors 1, 2, 3, 5, 7 i 8.

Imatge 57. Portal de transparència de RTPA

Font: RTPA (2018)

Al mateix portal de transparència, a l'apartat *Informació laboral* hi ha una subsecció sota el nom *Alta Direcció* on podem trobar la informació sobre les retribucions anuals dels membres de l'equip directiu. Al costat de cada nom hi ha la retribució corresponent (imatge 58). Per aquest motiu, té puntuació en l'indicador 4.

Imatge 58. Retribucions dels membres directius



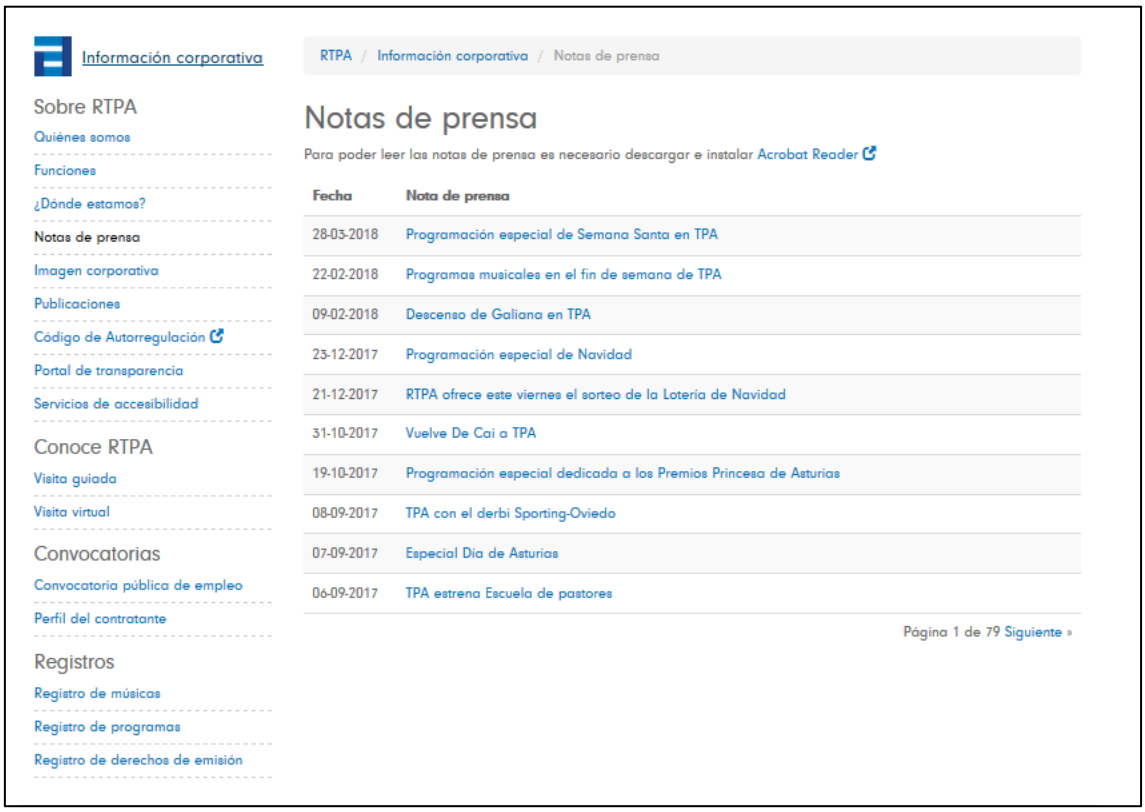
Font: RTPA (2018)

A l'espai de transparència, a la subsecció *Gestión* és on hi ha la informació relativa als pressupostos anuals de l'organització pública i també els comptes anuals i les auditories, entre altres continguts. Allí es facilita a la ciutadania els pressupostos de l'any vigent (2018) i també els d'anys anteriors. Per això, acompleix els indicadors 9 i 10 de l'anàlisi.

Al mateix portal de transparència, a *Contratos, convenios y encomiendas de gestión* és on trobem els contractes formalitzats, els convenis i el perfil del contractant de l'ens públics. Hi ha informació sobre els contractes de l'any 2016 i 2017. Per això, també acompleix l'indicador número 11.

A la secció *Corporativo* hi ha una subsecció amb el nom *Notas de Prensa* (imatge 59) on es publiquen continguts relacionats amb l'activitat que fa la corporació. Són notes de premsa que s'obren en un document PDF i no van acompanyades de fotografies. No hi ha l'opció de filtrar les notícies per continguts o dates. RTPA no té puntuació en l'indicador número 12 perquè no publica quines activitats o accions fan els membres de l'equip directiu, només publica continguts genèrics de la corporació.

Imatge 59. Sala de Premsa de l'organisme públic RTPA

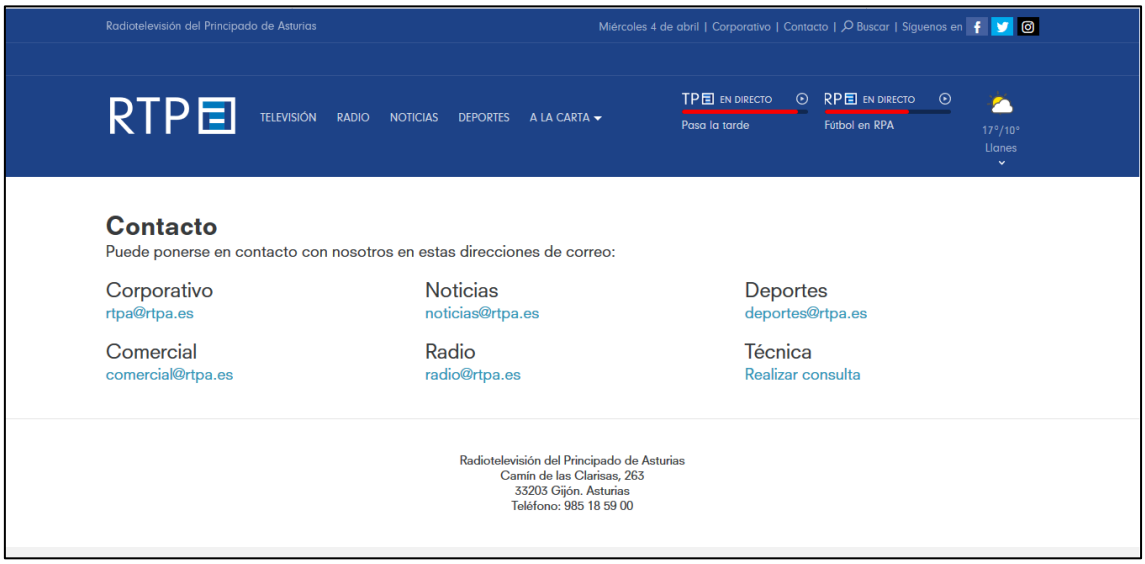


Font: RTPA (2018)

L'indicador número 13 i 14 no tenen puntuació perquè a la secció *Corporativo* ni en cap espai del Web corporatiu es publica informació sobre el naixement de l'organisme públic i sobre quina és la seva situació actual.

A la barra inicial del Web corporatiu hi ha una secció amb el nom *Contacto* (imatge 60) on trobarem els correus electrònics i els números de telèfon de l'organisme públic. Facilita el contacte de la redacció de notícies, del departament comercial i del departament tècnic, entre altres, però no publica dades de contacte del departament de comunicació ni tampoc del de queixes, suggeriments o consultes.

Imatge 60. Secció de contactes



Font: RTPA (2018)

No hi ha al Web corporatiu cap bústia de suggeriments amb un formulari o una instància en línia. I a la secció *Notas de* Prensa tampoc es publica cap número de contacte amb el departament de comunicació. Per això, no acompleix els indicadors número 15 i 17 de l'anàlisi.

La corporació no té puntuació en l'indicador número 16 perquè no hi ha cap espai al Web corporatiu on hi hagi un blog per publicar continguts o notícies de gran rellevància social per crear un debat o una discussió amb la ciutadania.

Radiotelevisión de la Región de Murcia

La Radiotelevisión de la Región de Múrcia (RTRM) és la darrera corporació Pública de Comunicació que s'ha analitzat. També pertany al grup de les que no aproven l'anàlisi. Té puntuació en 8 dels 17 indicadors totals (47%). En el primer bloc d'indicadors

acumula puntuació en 4 dels 8 indicadors. Al segon bloc té puntuació en els tres i en el darrer bloc només suma un punt dels 6 totals.

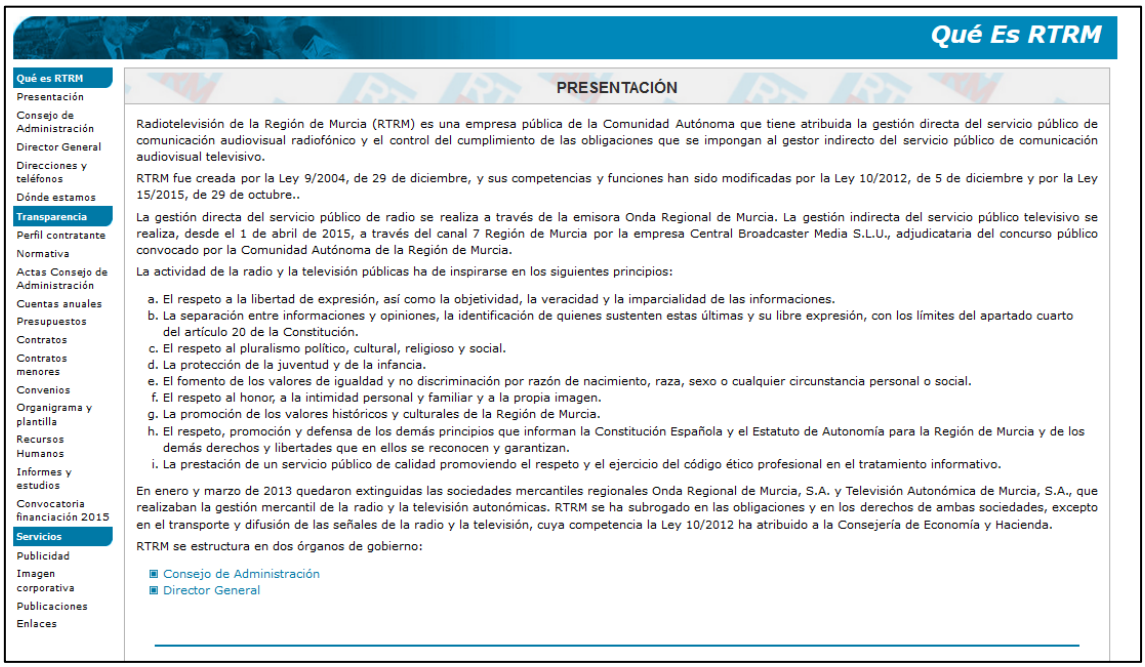
Taula 12. Resultats de l'anàlisi de RTRM

Indicadors	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*
Puntuació	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0

Font: elaboració pròpia (2018)

Al Web corporatiu de Radiotelevisió de Múrcia no hi ha una barra inicial estàndard (imatge 61). En una barra lateral trobem tot el mapa Web i les seccions i subseccions. Hi ha tres grans seccions: *Qué es RTRM, Transparencia* i *Servicios*. A la secció de què és RTRM trobarem la majoria d'informació sobre l'organització de l'organisme i a la de transparència és on trobarem tota la informació de matèria econòmica i alguns continguts sobre l'organització i estructura de l'ens públic.

Imatge 61. Pàgina d'inici del Web corporatiu de RTRM



Font: RTRM (2018)

A la subsecció *Organigrama y plantilla* de l'espai de transparència és on podem consultar la informació sobre l'organització i estructura de l'organisme. Hi ha publicats els noms i cognoms dels membres de l'equip directiu de l'organisme públic i l'organigrama de l'entitat pública (imatge 62). També, en un document PDF es posa a

l'abast de la ciutadania les competències que tenen aquests membres de l'equip directiu. Per aquest motiu, acompleix els indicadors 6, 7 i 8 de l'anàlisi.

En aquesta subsecció també podem veure les retribucions de l'any 2017 i 2016 dels membres directius de l'organisme. Per això, té puntuació en l'indicador número 4.

Imatge 62. Organigrama del organisme públic

Font: RTRM (2018)

A la secció *Qué es RTRM,* a la subsecció *Director General* podem consultar la informació relativa al Director General de l'organisme. Tot i això, no es facilita ni fotografies ni dades curriculars d'aquest, només s'expliquen les seves funcions dins de l'ens públic. Dels membres de l'equip directiu tampoc es facilita ni fotografies ni informació curricular en cap espai del Web corporatiu. Per això, no s'acompleixen els indicadors 1, 2 i 3 de l'anàlisi.

A la subsecció *Direcciones i Teléfonos* hi ha publicats diversos números de contacte i adreces de correu electrònic, però en cap espai d'aquesta secció ni del Web corporatiu es faciliten dades de contacte directe amb els membres directius. Per això, no té puntuació en l'indicador número 5.

A la secció transparència, a la subsecció amb el nom *Presupuestos* és on hi ha els pressupostos no solament de l'any en curs, sinó també dels pressupostos d'anys anteriors de la radiotelevisió pública (imatge 63). Per això, acompleix els indicadors número 9 i 10 i de l'anàlisi.

Imatge 63. Pressupostos de RTRM

Font: RTRM (2018)

Acompleix també l'indicador 11 perquè a la subsecció *Contratos* se'ns faciliten en documents en format Excel tots els contractes formalitzats per l'organisme públic durant el 2017 i també durant anys anteriors.

Pel que fa als indicadors sobre participació ciutadana, la corporació de Múrcia té puntuació en l'indicador número 13 perquè a la secció *Qué es RTRM,* a la subsecció *Presentación,* explica el sorgiment de l'organisme públic. Tot i això, no acompleix el número 14 perquè no explica la situació actual de la corporació.

En cap espai del web corporatiu hi ha una secció on es publiquin notícies o notes de premsa sobre les actuacions que fa l'organisme públic i els membres de l'equip directiu. Tampoc hi ha un espai on es publiquin notícies de gran rellevància social o d'interès general per obrir un debat amb la ciutadania. Per això, no té puntuació en l'indicador número 12 i 16 de l'anàlisi.

A la subsecció *Direcciones y teléfonos* publiquen dades de contacte sobre els diferents mitjans de la corporació i correus electrònic de les diferents delegacions i alguns dels departaments de l'ens públic. Tot i això, no facilita dades de contacte amb el departament de Comunicació. Per aquest motiu no té puntuació en l'indicador 15.

Imatge 64. Dades de contacte de RTRM

Font: RTRM (2018)

A la barra inferior del Web corporatiu hi ha una secció amb el nom *Contacto* (imatge 64). És un espai amb una instància genèrica on pots enviar les teves idees o suggeriments. Tot i això, es considera que no acompleix l'indicador número 17 perquè no es presenta en cap moment com l'espai dedicat a la ciutadania o l'espai per enviar les teves queixes.

3.2. Comparativa dels resultats de les corporacions

L'anàlisi de cas ha permès conèixer com estan organitzats els Webs de les diferents corporacions públiques de comunicació i com són els seus portals de transparència. S'ha pogut observar quines semblances tenen i que les diferencia.

De les 11 corporacions analitzades són 6 les que han obtingut una puntuació superior als 9 punts, el límit per aprovar l'anàlisi. La corporació de Galícia lidera el rànquing amb 13 punts dels 17 possibles, seguida de la corporació de Catalunya amb 12 punts i la del País Basc amb 11. Amb 10 punts dels 17 totals tenim la d'Andalusia i la de Castella La Manxa. El rànquing de les corporacions que aproven el tanca la de les Illes Balears amb 9 punts.

Taula 13. Puntuació total de les corporacions analitzades

Corporacions	*CRTVG*	*CCMA*	*EiTB*	*RTVA*	*RTVCM*	*IB3*	*RTVM*	*CARTV*	*RTRM*	*RTVC*	*RTPA*
Puntuació total	13	12	11	10	10	9	8	8	8	6	5

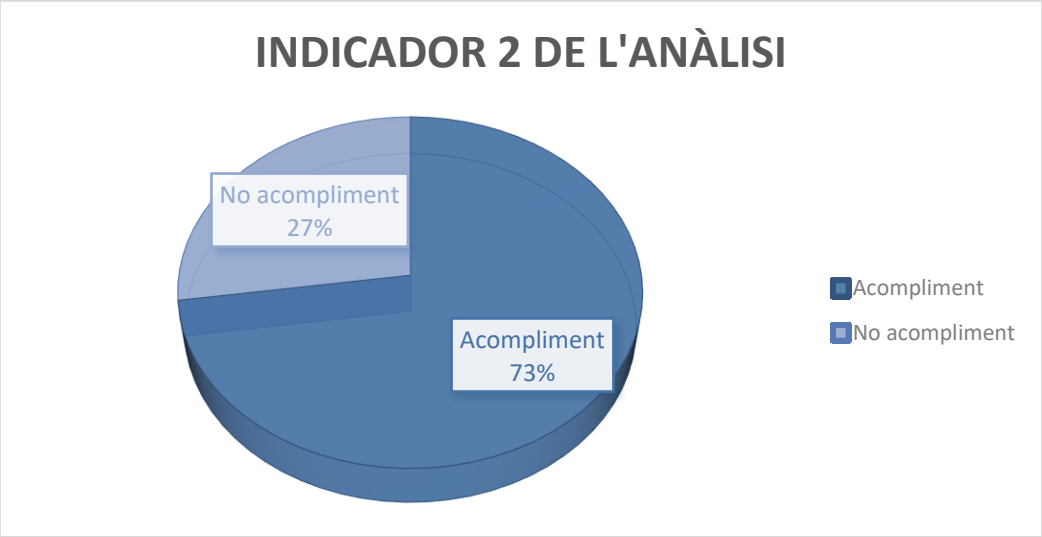
Font: elaboració pròpia (2018)

Els ens públics que no aproven l'anàlisi són els de Madrid, Aragó i la Regió de Múrcia amb 8 punts, seguits de l'ens de les Illes Canàries que té una puntuació de 6. Tanca el rànquing la corporació del Principat d'Astúries amb 5 punts dels 17 totals.

L'indicador número 1 de l'anàlisi només l'acompleix la corporació de Castella La Manxa. És l'única que facilita a la ciutadania fotografies tant del Director General de la corporació com dels membres de l'equip directiu. Hi ha unes altres que si publiquen fotografies del Director General, com el de Galícia, Andalusia, les Illes Balears i Madrid, però no dels altres membres directius.

De les 11 corporacions analitzades hi ha 8 que tenen informació curricular sobre el Director General o President de la corporació en el seu portal de transparència o en un altre espai del Web corporatiu. Només la de Canàries, Astúries i la Regió de Múrcia no posa a l'abast de la ciutadania aquesta informació i, per això, són les 3 úniques que no acompleixen l'indicador número 2.

Gràfic 1. Resultats de totes les corporacions de l'indicador 2 de l'anàlisi



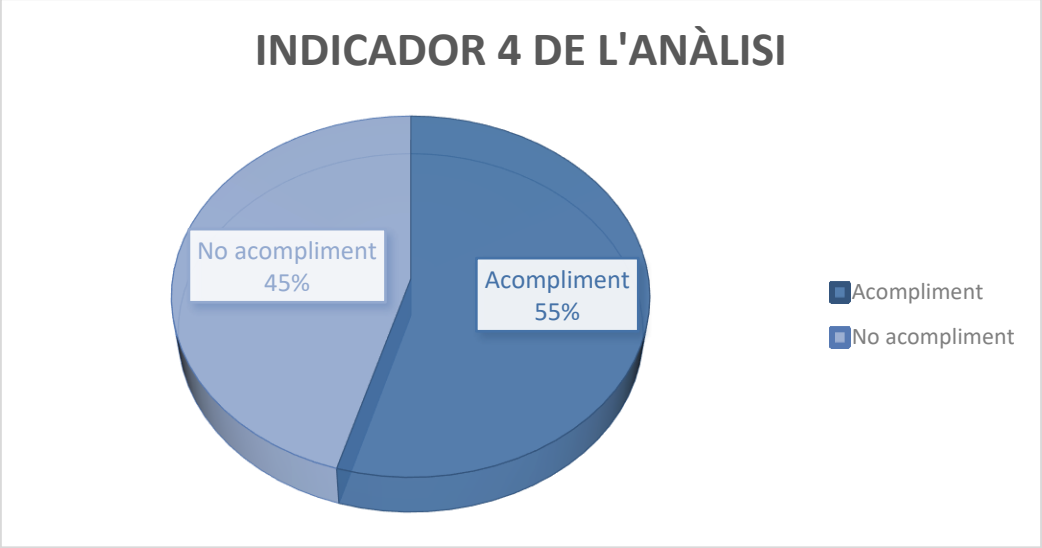
Font: elaboració pròpia (2018)

Només 3 corporacions tenen puntuació en l'indicador 3 de l'anàlisi. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Radiotelevisió de Madrid i la Radiotelevisió de

Castella La Manxa posen en el seu Web corporatiu informació curricular i biogràfica dels membres de l'equip directiu.

Pel que fa a l'indicador 4 de l'anàlisi, només l'acompleixen la corporació de Catalunya, Galícia, Andalusia, Aragó, Astúries i Múrcia. Aquestes sis faciliten en el seu portal de transparència informació relativa a les retribucions que reben anualment els membres de l'equip directiu.

Gràfic 2. Resultats de totes les corporacions de l'indicador 4 de l'anàlisi



Font: elaboració pròpia (2018)

Als Webs de les corporacions analitzades no sempre es podem trobar dades de contacte directes amb els membres de l'equip directiu. Només 3 de les 11 tenen puntuació en l'indicador número 5 de l'anàlisi. L'organisme públic de Galícia posa a l'abast de la ciutadania tant el número de telèfon com el correu electrònic. La corporació de les Illes Balears pública únicament el correu electrònic i la de les Illes Canàries publica el número de telèfon i la direcció física on podem trobar aquest membre directiu.

Totes les corporacions publiquen al Web la composició de l'equip directiu i, per tant, totes acompleixen l'indicador 6. Publiquen els membres directius, els seus noms i cognoms i el càrrec que ocupen dins de l'organització. Tot i això, no totes faciliten l'organigrama de l'ens públic. Al Web d'Astúries, de les Illes Balears, Castella La Manxa, Canàries i Andalusia no hi ha publicat l'organigrama i, per aquest motiu, no tenen puntuació l'indicador número 8.

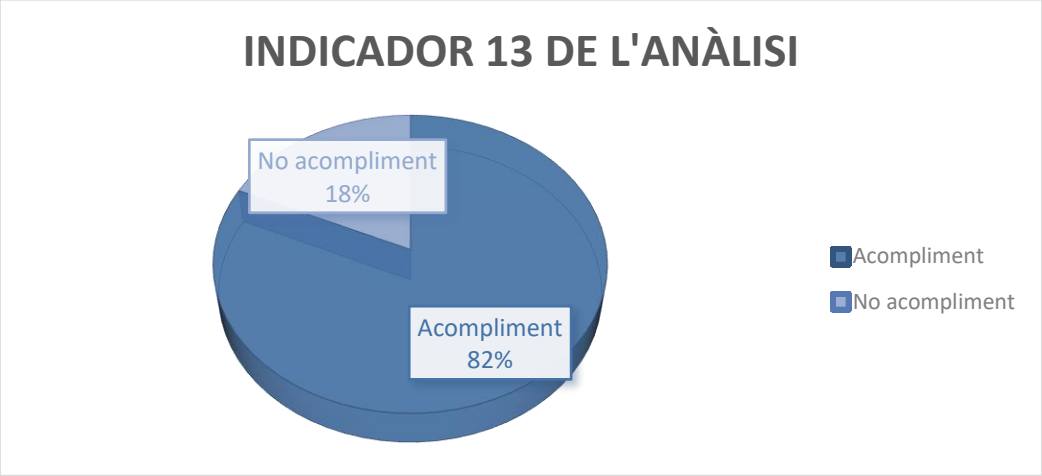
La corporació de Galícia i la de Múrcia són les úniques de les 11 que faciliten als seus espais de transparència informació relativa a les competències que tenen els membres de l'equip directiu. Per això, només aquestes dues acompleixen l'indicador 7.

Pel que fa als indicadors de matèria econòmica de l'anàlisi (número 9, 10 i 11) totes les corporacions tenen la puntuació màxima. Als portals de transparència es facilita a la informació sobre els pressupostos de l'any en curs i també dels exercicis anteriors. Es posa a l'abast de la ciutadania els contractes formalitzats i el perfil del contractant. És una de les accions que es repeteixen a tots els ens públics.

En els indicadors sobre informació per a la participació ciutadania hi ha uns resultats molt variats. De les 11 corporacions analitzades, només 1 acompleix l'indicador número 12. La corporació de Castella La Manxa és l'única que facilita a la ciutadania informació sobre les accions dels membres directius, ja que publica les agendes d'aquests en el Portal de Transparència. Les altres tenen un espai sota el nom sala de premsa on publiquen notícies relacionades amb la corporació, però no sobre el que fan els membres de l'equip directiu. Una excepció serien els organismes públics de la Regió de Múrcia i les Illes Balears perquè no disposen d'aquest espai de notícies al seu Web.

La corporació de Madrid i la d'Astúries són les úniques que no tenen puntuació en l'indicador 13. Les altres expliquen al Web corporatiu, d'una manera més breu o més extensa, com va ser el sorgiment de l'organisme públic. Tot i això, només les corporacions de les Illes Balears, Catalunya, Andalusia, Galícia i el País Basc acompleix l'indicador número 14, ja que també informen sobre la situació actual de l'ens públic.

Gràfic 3. Resultats de totes les corporacions de l'indicador 13 de l'anàlisi



Font: elaboració pròpia (2018)

No totes les organitzacions publiquen en el seu Web les dades de contacte del Departament de Comunicació. RTVC, CARTV, RTPA i RTRM són les quatre corporacions que no les faciliten i, per això, no acompleixen l'indicador 15. La corporació d'Andalusia destaca per sobre de les que sí que publiquen les dades de contacte perquè a més de facilitar el número de telèfon i el correu electrònic, posa a l'abast de la ciutadania el nom del responsable del departament.

Que hi hagi un espai de debat als Webs corporatius és poc habitual en les corporacions analitzades. Euskal Irrati Telebista i la corporació de Radiotelevisió de Galícia són les úniques que tenen un blog per crear un debat o una discussió amb la ciutadania sobre temes d'actualitat. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals té el *Blog de la Defensora,* un espai on la defensora de l'audiència escriu sobre temes d'interès general, però no està actualitzat. Les altres no disposen d'aquest servei i per això només 3 de les 11 corporacions analitzades tenen puntuació en l'indicador número 16.

El darrer indicador, el número 17, només l'acompleixen 3 de les 11 analitzades. La CCMA i RTVA tenen a l'espai dedicat a l'atenció a l'audiència un número de telèfon per posar-te en contacte amb aquest departament i també d'una instància en línia completa. La corporació basca posa a l'abast de la ciutadania un formulari per emplenar i un correu electrònic.

Gràfic 4. Resultats de totes les corporacions de l'indicador 17 de l'anàlisi

Font: elaboració pròpia (2018)

Hi ha altres corporacions que disposen d'una bústia de suggeriments, com IB3 i CARTV, però és una instància genèrica i no faciliten un número de contacte.

L'organisme de Canàries només disposa d'un correu electrònic i la de Galícia publica un correu electrònic i un número de telèfon, però no facilita cap tipus de formulari per emplenar. Per això, no acompleixen l'indicador.

La corporació de Madrid, Astúries, Castella La Manxa i la Regió de Múrcia no tenen ni bústia de suggeriments ni tampoc publiquen en cap espai del Web Corporatiu un número de telèfon o correu electrònic directe amb aquest departament de queixes o consultes.

Capítol 4. Atenció a la Ciutadania

En aquest darrer capítol de la investigació s'ha explicat com funcionen els espais de participació i atenció ciutadana que tenen habilitats les diferents corporacions en els seus Webs corporatius. S'ha obtingut la informació parlant directament amb els responsables d'aquest departament. S'ha hagut de contactar a través de les instàncies en línia que hi ha als Webs, amb els correus electrònics que faciliten o trucant directament a la corporació. Els resultats han estat molt diferents.

Crear un flux de comunicació és important per a les corporacions públiques de comunicació perquè poden oferir un bon servei públic a la ciutadania. Es crea una comunicació bidireccional. El 26 de març de 2018 se'ls va enviar un correu electrònic o bé una instància en línia, depenent del que es facilita al ser Web. El 30 d'abril, quan va passar un mes, se'ls va tornar a contactar, aquest cop via telefònica. Tot i això, de les 11 corporacions analitzades, han respost 4.

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals al seu Web corporatiu té una secció sota el nom *Atenció a l'Audiència* on podem hi ha tota la informació sobre el Servei d'Atenció a l'Audiència, l'òrgan que atén les queixes, suggeriments i peticions dels espectadors de la CCMA.

Aquesta atenció a la ciutadania la fan el Servei d'Atenció a la Ciutadania i la figura de la Defensora, una institució unipersonal que té com a missió el compliment del Servei Públic dels mitjans que conformen la CCMA. Laura Baladas és des de l'any 2012 la persona que ocupa aquest càrrec.

La Defensora fa la seva feina a través de l'estructura del Servei d'Atenció a l'Audiència. Neix aquesta figura l'any 2008, dos anys després de l'aparició del Servei d'Atenció a l'Audiència, com a mecanisme d'autoregulació periodística, ja que, com s'especifica a l'Estatut de la Defensora, rep les consultes, suggeriments i les queixes dels usuaris de la CCMA sobre la precisió, la imparcialitat, veracitat i rigor de la informació entre altres.

La Defensora es nomena cada tres anys pel Consell de Govern de la CCMA, el màxim òrgan de govern i administració de la corporació. Un cop passats aquest mandat, es pot renovar uns altres tres anys més, com a màxim.

Es pot contactar amb el Servei d'Atenció a l'Audiència omplint un formulari en línia o telefònicament, ja que al Web es facilita un número de telèfon. En el formulari podem especificar no solament el mitjà de comunicació, sinó també el programa al qual ens referim.

Durant el 2016, la CCMA va rebre un total de 15.764 peticions. D'aquestes, el 84% eren consultes o comentaris, un 9% eren queixes, un 2% eren agraïments i un 5% eren consultes, suggeriments o queixes dirigides a la Defensora de l'audiència. De mitjana total, el Servei d'Atenció a l'Audiència va trigar gairebé 7 dies (per ser més exactes 6.78%) en oferir a l'usuari la seva resposta. Es va fer el contacte el 26 de març a través de la instància en línia i no vam rebre resposta. El 30 d'abril es va contactar telefònicament i en 4 dies se'ns va donar el contacte directe amb la Defensora.

La CCMA, com s'especifica a l'Estatut de la Defensora, promociona aquest departament de la corporació a través de la participació de la Defensora en congressos, conferències i col·loquis, entre altres.

La corporació de Comunicació Basca també té tota una secció dedicada a l'atenció a la ciutadania. A la secció *Grupo EiTB* hi ha una subsecció sota el nom *Defensoria.* En aquesta subsecció es publiquen els articles del reglament d'EITB on s'explica com funciona aquest departament de l'organisme públic.

És l'òrgan de la corporació encarregat de salvaguardar els drets de la ciutadania i vetllant perquè aquesta compleixi els seus principis generals. La seva funció és rebre, tramitar i respondre a les queixes, suggeriments o propostes dels espectadors d'EiTB. El director d'Estratègia i Comunicació d'EiTB, Andoni Aranburu, és el responsable d'aquest departament.

Es pot contactar amb aquest departament a través d'un telèfon, però també podem enviar un formulari, que faciliten al mateix Web, amb la nostra queixa, suggeriment o proposta. Aquest formulari s'ha d'enviar acompanyat d'una fotocòpia del teu document d'identificació per correu ordinari o a un correu electrònic (defentsa_bulegoa@eitb.eus).

La defensoria obre un expedient en quant entra una queixa. S'estudia cadascun dels casos i el personal d'EiTB ha de facilitar tota la informació necessària per poder atendre la queixa. Es gestionen aquestes consultes en ordre d'arribada.

La resposta de la queixa, suggeriment o proposta és dona en el temps màxim d'un mes, a excepció dels casos que siguin complexos de respondre. En el cas que aquesta queixa o proposta s'hagi fet per via telefònica s'intenta respondre en el mateix moment o en temps màxim de 4 o 5 dies hàbils.

Aquesta resposta s'ofereix en èuscar o en castellà a través del mitjà amb el qual s'ha fet arribar a la corporació, és a dir, via telefònica, per correu ordinari o correu electrònic. Totes aquestes respostes són arxivades per la Defensoria i, si són casos que consideren que són de gran interès general, els donen a conèixer a través del

Web, sempre respectant les dades personals segons estableix la llei de Protecció de Dades.

Durant el 2017 van registrar 1.301 peticions. D'aquestes el 70% eres consultes diverses, peticions o propostes, un 10% consultes tècniques i un 20% eren queixes o reclamacions. Amb EiTB ens vam posar en contacte a través de correu electrònic el 26 de març de 2018 i ens van respondre el 23 d'abril.

La Radio Televisió d'Andalusia té un espai dedicat al seu Web corporatiu al Defensor de l'Audiència, sota el nom *Defensor de la Audiencia.* És un òrgan unipersonal i independent que és nomenat pel Consell d'Administració de RTVA.

La funció del Defensor és atendre les queixes i suggeriments de l'audiència de la corporació, sobre els seus continguts i la seva programació. Vetlla pel dret de la ciutadania a rebre una informació de qualitat i també pel compliment de les normes amb les quals es regeix l'organisme públic.

Des de febrer de 2016 ostenta el càrrec de Defensor de l'audiència Antonio Manfredi, un actiu professional de la informació. Segons Manfredi, és ell qui únicament gestiona les respostes per protegir les dades dels usuaris.

Rep les reclamacions, queixes o suggeriments dels usuaris a través del formulari en línia que hi ha habilitat al Web, també a través del telèfon o correu ordinari. Les envia a les àrees o departaments responsables per rebre les explicacions que consideri oportunes i, d'aquesta manera, poder respondre. Respon a les reclamacions, queixes o suggeriments en un temps màxim de trenta dies. Aquestes respostes s'envien pel mitjà inicial amb el qual van contactar els usuaris, és a dir, via telefònica, correu ordinari o correu electrònic. Segons Manfredi, depenent de la complexitat de la consulta a vegades s'han d'enviar diversos correus electrònics.

Mensualment i anualment informa al Consell d'Administració de RTVA sobre els assumptes tractats. Com a màxim cada dos mesos ha de comparèixer davant del Consell d'Administració per explicar què ha estat fent i quines peticions ha estat atenent. A més, pot proposar mesures concretes o reclamar actuacions de la Direcció de la corporació per evitar problemes que es repeteixen i són detectats per l'audiència.

La Radio Televisió d'Andalusia va registrar durant el 2017 un total de 591 comunicacions. Gairebé el 59 % van ser queixes, el 13% opinions, un 18% van ser consultes d'informació, un 3% van ser felicitacions i el 7% restant van ser suggeriments. La major part de les comunicacions van ser a través del correu electrònic, és a dir, a través del formulari habilitat al seu web corporatiu.

Al llarg de l'any, el Defensor de l'audiència assisteix a diferents reunions o xerrades per explicar les seves funcions. Per exemple, durant el 2017 va participar en el congrés "Media Ethics" organitzat a la Facultat de Comunicació de la Universitat de Sevilla.

El 26 de març es va contactar a través del formulari habilitat a la pàgina web. Passat un mes es va rebre cap resposta i el 30 d'abril es va fer un contacte via telefònica. En dos dies van respondre la consulta.

En el cas de la Radio Televisión Canaria, al Web corporatiu hi ha un espai dedicat als usuaris sota el nom *Oficina del Espectador* a l'apartat *Corporatiu.* L'oficina d'Atenció a l'Espectador va ser creada per la Direcció de Comunicació i Màrqueting de la corporació per atendre les queixes i suggeriments dels espectadors. La persona responsable del contacte amb les queixes i propostes és Job Ledesma.

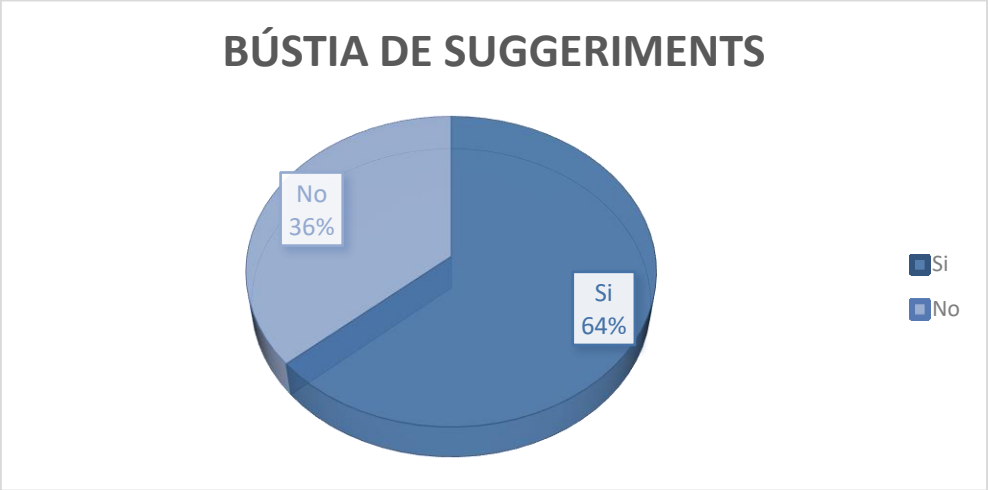
Amb aquest departament es pot contactar a través d'un e-mail (oficinadelespectador@tvcanaria.tv) i, segons ens va informar Ledesma, hi ha un número de contacte, però que no és fàcil de trobar. A l'apartat *Oficina del Espectador* no hi és i en altres seccions del Web no hem sigut capaços de trobar-lo. El mateix responsable d'aquest departament va afirmar que han de millorar aquest aspecte perquè està molt mal gestionat. El departament va plantejar la idea de posar un número de WhatsApp o un número 900 amb contestador per registrar les trucades i poder anar responent-les.

Una altra manera de fer arribar a la corporació canària les queixes o suggeriments és a través de les Xarxes Socials. Reben missatges directes a través de Facebook i també en els comentaris de les seves publicacions d'aquesta xarxa social. També els hi arriben missatges directes a través de Twitter, però no és el més habitual.

Segons Ledesma, quan són consultes les responen de manera directa. En alguns casos sí que traslladen la consulta o el contacte al departament corresponent si no saben la resposta. Quan són queixes les envien al departament o programa corresponent. L'atenció rebuda va ser molt bona. El mateix dia que vam enviar el correu electrònic ens van contestar.

Les corporacions restants no han respost. La Corporació de Radiotelevisió de Galícia posa a l'abast de la ciutadania un correu electrònic per enviar la teva queixa o suggeriment. També té un número d'informació general per posar-te en contacte amb l'ens públic. Quan vam trucar per sol·licitar contacte amb el responsable del departament, la resposta va ser que enviéssim un correu electrònic que no ens van respondre.

Gràfic 5. Nombre de corporacions que tenen Bústia de Suggeriments



Font: elaboració pròpia (2018)

La corporació de les Illes Balears i d'Aragó són dos de les organitzacions que tenen una bústia de suggeriments. Tot i això, cap de les dues disposa d'un número de telèfon directe amb el departament de queixes o consultes, has de posar-te en contacte a través del número d'informació general de la corporació. No es va rebre cap tipus de resposta.

Els ens públics de Madrid, Castella La Manxa, el Principat d'Astúries i la Regió de Múrcia no disposen d'un número de telèfon de contacte amb el departament de consultes i queixes ni tampoc tenen habilitada una bústia de suggeriments en el seu Web corporatiu. S'han fet els contactes enviant un correu electrònic a un e-mail d'informació general de l'ens, però no han respost.

Conclusions

Els mitjans de comunicació públics van ser creats per informar, educar i entretenir a la població sempre defensat uns valors. Els ciutadans han de poder participar activament en ells, ja que funcionen gràcies als recursos públics. L'anàlisi realitzada en aquest treball ha posat de relleu que les corporacions públiques de comunicació autonòmiques tenen un espai de transparència en els seus Webs corporatius on publiquen informació institucional, tot i que s'ha vist que, en alguns casos, aquesta no està completa.

El principal objectiu d'aquesta investigació és conèixer si els mitjans públics autonòmics són a l'abast de la ciutadana. Després d'una revisió documental i l'anàlisi de cas, hem pogut donar resposta a les nostres preguntes de recerca i, d'aquesta manera, hem complert els nostres objectius d'investigació.

El punt de partida d'aquest treball s'ha definit el concepte servei públic, ja que els mitjans de comunicació fan aquesta funció dins de la societat. S'entén per servei públic com aquella acció que fa una empresa, de propietat pública o privada, per cobrir una necessitat de la societat. Les corporacions de comunicació fan aquesta funció perquè informen, eduquen i ofereixen entreteniment a la població.

També ha sigut necessari esbrinar quins eren els valors amb els quals es regeixen els mitjans públics i, d'aquesta manera, dur a terme aquesta funció pública. Les corporacions públiques de comunicació han d'informar de manera imparcial, crear continguts de qualitat, plurals i que defensin la diversitat. A més, han de ser neutrals i independents del govern perquè la seva funció és vetllar per l'interès general de la societat.

Per poder esbrinar quin és el nivell de transparència i participació ciutadana, s'ha hagut de respondre la pregunta què és rendir comptes i transparència, dos dels conceptes clau. Són dos conceptes diferents, però que estan units perquè per rendir comptes necessitem ser transparents. És a dir, les corporacions han de publicar als seus Webs corporatius informació institucional i aquesta ha de ser accessible per a tothom, fàcil de trobar i llegible.

Conèixer la definició de servei públic, rendir comptes i transparència dins de l'àmbit comunicatiu i els valors amb els quals s'ha de regir un mitjà públic era fonamental per poder dur a terme l'anàlisi de cas.

Un altre punt de partida per fer l'anàlisi ha sigut esbrinar dins de quin marc regulador es troben les corporacions públiques de comunicació perquè és on s'indica què han de

fer i quina informar oferir a la ciutadania. Les lleis sobre matèria de comunicació audiovisual, tant d'àmbit autonòmic, estatal i europeu, no són les que obliguen a les corporacions a publicar informació institucional.

Hi ha una regulació concreta en matèria de transparència, on s'inclouen els mitjans de comunicació. En el cas de la llei de transparència espanyola, ens hem trobat que és una legislació molt complexa que no especifica exactament quina informació institucional ha d'aparèixer en els portals de transparència i tampoc com han de ser aquests portals. La llei els obliga a publicar la informació sobre el funcionament i l'organització de l'empresa pública, però no detalla quina informació. Això dificulta l'accés a la ciutadania i, per tant, és complicat que puguin tenir la informació necessària per participar activament en el funcionament de l'ens públic.

Amb l'anàlisi dut a terme, s'ha respost a la pregunta de recerca: poden els ciutadans conèixer la informació corporativa de les corporacions públiques de comunicació fàcilment? La resposta és no. Els mitjans públics autonòmics tenen certes mancances que dificulten a la població accedir a aquesta informació i, d'aquesta manera, participar activament en el funcionament de l'ens públic.

De les 11 corporacions analitzades, són 6 les que aproven l'anàlisi realitzada: la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Euskal Irrati Telebista (EiTB), la Corporació de Radiotelevisió de Galícia (CRTVG), Radiotelevisió d'Andalusia (RTVA), Radiotelevisió de Castella La Manxa (RTVCM) i la Radiotelevisió de les Illes Balears (IB3). Les altres restants no arriben a la puntuació mínima de 9.

Un dels principals problemes que ens hem trobat al fer l'anàlisi és que no hi ha un model concret de portal de transparència. Cada corporació pública ordena el portal d'una manera diferent i no es classifica la informació en uns mateixos subapartats. També, en molts casos, hi ha informació corporativa dins del portal de transparència i també en altres apartats del Web corporatiu. Això fa que, potser, si que hi hagi publicada informació institucional en el Web, però no siguem capaços de trobar-la, no hi ha un fàcil accés. Com que no hi ha un model estàndard de portal, cada corporació el treballa com considera que és correcte.

Totes faciliten informació de matèria econòmica i financera en els portals i, per això, totes tenen puntuació en els indicadors número 9, 10 i 11 de l'anàlisi. Tot i això, els ciutadans no necessiten únicament conèixer els pressupostos i contractes formalitzats per la corporació pública. La població ha de poder conèixer també qui forma part d'aquesta organització per participar activament en el funcionament de la institució.

Els mitjans públics publiquen als seus Webs els noms i cognoms dels membres de l'equip directiu i el càrrec que ocupen. Totes acompleixen l'indicador número 6 perquè faciliten informació sobre la composició de l'òrgan directiu. En molts casos, aquesta és l'única informació que disposem sobre l'equip directiu.

Només la corporació de Castella La Manxa facilita a la població fotografies del Director General de l'ens públic i també dels membres directius i, a més, posa a l'abast de la ciutadania les dades biogràfiques i curriculars d'aquests directius. Hi ha 4 corporacions (CRTVG, RTVA, RTVM i IB3) que faciliten només a la ciutadania fotografia del Director General, però no dels altres membres de l'equip directiu.

Mentre que la majoria (8 de les 11 analitzades) si que publica informació curricular del Director General, destaca molt que hi ha únicament 3 que publiquen informació curricular dels altres membres de l'equip directiu i, per tant, són les úniques que acompleixen l'indicador 3: la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisual, la Radiotelevisió de Madrid i la Radiotelevisió de Castella La Manxa.

És important ressaltar el resultat de l'indicador número 5. Només 3 de les 11 corporacions, les corporacions de Galícia, les Illes Canàries i les Balears, publiquen en el seu portal dades de contacte directes amb els membres directius i, per aquest motiu, acompleixen l'indicador.

Els ciutadans hem de poder conèixer quines són les activitats que desenvolupen aquests directius. La de Galícia i la Regió de Múrcia són les úniques que publiquen quines són les competències de cada membre de l'equip directiu i, per tant, les úniques que acompleixen l'indicador número 7.

Un altre dels altres problemes que tenen les corporacions és el baix nivell d'informació per a la participació ciutadana que tenen. Només la de Castella La Manxa publica les agendes dels membres directius i, per tant, és l'única que acompleix l'indicador 12 de l'anàlisi. Les corporacions restants, menys la de la Regió de Múrcia i les Illes Balears, tenen Sala de Premsa en el seu Web, però no faciliten continguts sobre les accions d'aquests membres. La població coneix poc sobre què fan aquests treballadors públics.

També hi ha 4 corporacions, la de Canàries, Aragó, el Principat d'Astúries i la Regió de Múrcia, que no posen a l'abast de la població el número de contacte o un correu electrònic del departament de comunicació. Per això, no tenen puntuació en l'indicador 15 de l'anàlisi. No facilitar aquest contacte, dificulta la comunicació amb la corporació, perquè hauràs de trucar a un número d'informació general de l'ens públic i esperar que et donin el correu o el número de telèfon d'aquest departament.

De totes les corporacions analitzades, la CCMA, EiTB i RTVA són les úniques que disposen d'un contacte directe i una instància completa per presentar les queixes o suggeriments al mitjà públic. Al mitjà públic de Galícia només es facilita a la publicació un correu electrònic i un número de telèfon, però en cap moment una instància completa, igual que al de Canàries que només es publica un correu electrònic.

Les corporacions de les Illes Balears i Aragó no haurien de limitar el seu contacte amb aquest departament a una instància en línia i no publicar un número de telèfon, ja que no tothom sap fer funcionar un ordinador. Les de Madrid, Astúries, Castella La Manxa i la Regió de Múrcia haurien de publicar al seu Web corporatiu el número de contacte amb aquest departament, ja que no tenen bústia de suggeriments.

I, finalment, un dels aspectes que més cal destacar és la falta de rapidesa a l'hora de respondre un contacte a través de les bústies de suggeriments o els correus electrònics dirigits al departament de consultes i suggeriments de les corporacions.

De les 11 analitzades, només 4 ens han respost. Tot i això, de les 4 que ens han respost només 2 van respondre al nostre primer contacte, la de Canàries i la del País Basc. Vam haver de posar-nos en contacte una segona vegada perquè la CCMA i RTVA ens contestessin. Les corporacions restants han de millorar el seu sistema perquè després de fer el contacte el 26 de març de 2018, avui dia, finals de maig de 2018, no ens han contestat.

La Corporació de Ràdio i Televisió de Galícia és la millor puntuada de l'anàlisi amb 13 punts dels 17 possibles, seguida de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, amb 12. La corporació gallega publica al seu portal de transparència les fotografies dels membres de l'equip directius i la catalana, en canvi, no. També les diferencia que la corporació de Galícia no facilita els currículums dels membres directius de l'ens públic i la de Catalunya si. També, un dels altres trets que les diferencia és que la Gallega publica al portal de transparència La de Galícia té un blog on la població pot fer debats sobre temes d'actualitat i la de Catalunya també el té, però no està actualitzat. Mentre que la gallega facilita a la població les dades de contacte dels membres directius, la catalana no els publica. I, finalment, un altra tret que les fa diferent és que la CCMA té una bústia de suggeriments amb una instància en línia completa i les dades de contacte amb el departament de queixes, mentre que la CRTVG només posa a l'abast de la població les dades de contacte i cap tipus de formulari. L'únic indicador que no acompleixen ambdues és el número 12, ja que tenen una sala de premsa al Web, però no expliquen que fan els membres de l'equip directiu.

La pitjor puntuada de totes les corporacions és la Radiotelevisió del Principat d'Astúries amb només 5 punts dels 17 totals. La segona amb la puntuació més baixa és la de les Illes Canàries. Ambdues corporacions publiquen tota la informació sobre matèria econòmica i també els noms i cognoms dels membres de l'equip directiu, però és l'única informació sobre l'organització i estructura. Mentre que la d'Astúries publica les retribucions dels membres directius, la de Canàries facilita a la ciutadania dades de contacte. Un dels trets que diferencia la corporació canàries de l'asturiana és que la de Canàries publica al portal de transparència la història del sorgiment de la corporació.

Aquest treball, per tant, indica que la nostra hipòtesi no és certa. Hem de desmentir la nostra hipòtesi. Els mitjans públics autonòmics no estan a l'abast de la ciutadania. Avui dia encara no poden els ciutadans accedir fàcilment a tota la informació corporativa dels mitjans públics autonòmics. Els portals de transparència d'aquestes corporacions no estan complets, els falta informació.

Ens hauríem de fer una pregunta, cal millorar la llei de transparència de l'Estat espanyol per millorar el nivell de transparència? Potser caldria que la llei especifiqués molt més com han de ser el portal de transparència perquè tots tinguin la mateixa estructura i concretar molt més quins continguts han d'haver-hi. També, potser, caldria incloure sancions en la llei perquè així els actors acompleixin la normativa.

Un altre interrogant important és si encara hi ha una comunicació unidireccional entre mitjans i població perquè aquests últims no poden contactar fàcilment amb les corporacions. Que algunes corporacions no facilitin en el seu Web el número de telèfon ni el correu electrònic dels membres directius, dels diferents departaments i, concretament, del departament de consultes i suggeriments és símptoma de falta de comunicació bidireccional. Limitar el contacte a un número d'informació general limita molt les possibilitats de parlar amb la corporació.

Ens queda encara un camí per recórrer i arribar a tenir transparència en els portals dels Webs corporatius i també per aconseguir una bona comunicació bidireccional amb els mitjans públics autonòmics. Si no tenim informació i contacte amb les corporacions públiques, com a ciutadans no podrem participar activament en el funcionament correcte d'aquestes. No hem d'oblidar que els mitjans públics estan fets i gestionats per a la ciutadania.

Bibliografia

Ausín Díez, T. (2015) Ética pública para generar confiança. *Revista Vasca de Gestión de Personas y Organizaciones Públicas,* núm. 9, pp. 30-39.

Azurmendi, A.; López, N.; Mandredi, J. L. (2014) La reforma de la televisión pública autonómica en el nuevo marco legal audiovisual (Ley 7/2010), General de la Comunicación Audiovisual. *Derecom*, núm.18, pp. 1-24.

Blesa, P. (2006) Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder? *Sphera pública: revista de ciencias sociales y de la comunicación,* núm. 6, pp. 87-106.

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2001) La definició del model de Servei Públic. *Quaderns del CAC,* núm. 10.

Costa, P.; Giral, E.; De Moragas, M.; Parés i Maicas, M.; Pérez Tornero, J. M.; Prado, E. (1981) Autonomia i mitjans de comunicació. Institut de Ciències Socials de la Diputació: Barcelona.

De Moragas, M.; Prado, E. (2000) *La televisió pública a l'era digital*. InCom.

Parlament y Consell Europeu. Directiva 2010/13/UE, de 10 de març de 2010, sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries y administratives dels Estats membres relatives a la prestació de serveis de comunicació audiovisual (Directiva de servei de comunicació audiovisual). Diari Oficial de la Unió Europea, núm. 32010L0013.

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. (2015) Estatut del Defensor o Defensora de l'Audiència de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Text consolidat d'acord amb les modificacions aprovades pel Consell de Govern el 22 de juliol de 2015.

Fernández Lombao, T. (2016) Los portales de transparència de los medios de Servicio Pública de la Unión Europea. *De los medios y la comunicación, de las organizaciones a las redes de valor. Actas del II Simposio de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación,* pp. 729-743

Fernández Lombao, T. (2017) Las reformas legislativas de los medios de servicio público en la Unión Europea. *Estudios sobre la legislación, financiación e innovación en la Televisión Pública,* pp. 15-39.

Fernández Torné, C. (2015) La rendició de comptes: un nou marc d'avalució de l'impacte de les comissions de la veritat. *ICIP Working Papers,* núm 4, pp.1- 41.

Hermosa del Vasto, P., Alcaraz Quilez, F. J., Urquia Grande, E. (2017) Transparencia pública y rendición de cuentas como base para la construcción de una Sociedad democràtica en America Latina. *Revista Internacional de Transparencia e Integridad*, núm. 4.

Impulsa TDT (2010) *TDT: informe final 2010.* Ministerio de Industria, Turisme y Comercio

Informe Anual 2016, Defensora de l'Audiència. *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.*

Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. Boletín Oficial del Estado, núm. 295, de 10 de desembre de 2013, pàgines 97922 a 97952. https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2013-12887

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audivoisual. Boletín Oficial del Estado, núm. 79, de 1 d'abril de 2010, pàgines 30157 a 30209. http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2010-5292

Ley 46/1983, 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión. Boletín Oficial del Estado, núm. 4, de 5 de gener de 1984, pàgines 247 a 248. https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1984-250

Llei 19/2014, del 29 de desembre, de transparència, accés a la informació pública i bon govern. Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya, núm 6780, de 31 de desembre de 2014. http://portaljuridic.gencat.cat/ca/pjur_ocults/pjur_resultats_fitxa/?action=fitxa&mode=single&documentId=680124&language=ca_ES

López Cepeda, A. M. (2016) Gestión informativa de los organismes de regulación del audiovisual de la UE en la agenda mediàtica y redes sociales. *De los medios y la comunicación, de las organizaciones a las redes de valor. Actas del II Simposio de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación,* pp. 756-773

López Cepeda, A. M., Manfredi, J. L, (2013) Análisis de la transparència de las pàgines webs de los principales medios de comunicación audiovisuales en España. *Trípodes,* núm 32, pp 45-61

Memoria 2017, Defensor de RTVA. *Radio y Televisión de Andalucía.*

Molina Rodríguez – Navas, P. (2014) *Transparència i qualitat de la informació de les entitats sense ànim de lucre*. Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural (LPCCP), Universitat Autònoma de Barcelona.

Molina Rodríguez – Navas, P., Simelio Solà, N., Corcoy Rius, M. (2017) Metodologías de evolucación de la transparència: procedimientos y problemas. *Revista Latina de Comunicación Social,* núm 72, pp 818-831

Norma Reguladora del Defensor o la Defensora de la Audiencia de la Radio y Televisión de Andalucía. *Radio y Televisión de Andalucía*

Ridinger, M. (2010) Panorama legal en la Unión Europea: las competencias del servicio público y los nuevos medios. *Infoamérico: Iberoamerican Communication Review,* 3-4, pp. 23-40.

Sierra, F. (2011) TDT y Servicio público. Retos del audiovisual iberoamerciano. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm 113, pp 3-6

Síndic de Greuges de Catalunya. (2017) *Informe sobre transparència, acceso a la infromación pública y buen gobierno*.

Valencia-Bermúdez, A. & Campos Freire, F. (2016). Indicadores de valor para las RTV autonómicas: rendición de cuentas en EITB, CCMA y CRTVG. *Communication & Society*, vol 29(4), pp. 59-70

Annex 1

Indicadors utilitzats en l'anàlisi

Indicadors de Transparència de les Corporacions

Indicador 1. S'ofereix informació bàsica dels membres que formen part de l'Equip Directiu: nom, cognom i fotografia?

a. Informació, temàtica i contingut. Ha de constar les tres informacions requerides, a més, d'estar actualitzades.
b. Ubicació. Qui Som?, la Corporació, el Grup, al Portal de Transparència o similars.
c. Recomanacions. Les fotografies han de ser reconeixibles.

Indicador 2. S'ofereix informació bàsica sobre el President de la Corporació Pública: biografia o currículum?

a. Informació, temàtica i contingut. Informació sobre el seu currículum o la seva biografia. Dades sobre formació, perfil laboral o professional, la seva trajectòria.
b. Ubicació. Qui Som?, la Corporació, el Grup, al Portal de Transparència o similars.
c. Recomanacions. Si la persona té un espai propi on-line aquesta informació es pot ubicar allí mitjançant un enllaç que sigui accessible fàcilment

Indicador 3. S'ofereix informació bàsica sobre els membres que formen part del Govern de la Corporació: biografia o currículum?

a. Informació, temàtica i contingut. Informació sobre el seu currículum o la seva biografia. Dades sobre formació, perfil laboral o professional, la seva trajectòria.
b. Ubicació. Qui Som?, la Corporació, el Grup, al Portal de Transparència o similars.
c. Recomanacions. Si la persona té un espai propi on-line aquesta informació es pot ubicar allí mitjançant un enllaç que sigui accessible fàcilment.

Indicador 4. Es publiquen les retribucions (mensuals o anuals) dels membres de l'Equip Directiu?

a. Informació, temàtica i contingut. Informació sobre les retribucions dels membres.
b. Ubicació. Portal de Transparència o en altres espais com Economia, Pressupostos o informació econòmica.

c. Recomanacions. Ha d'estar ben referenciat quines són les retribucions de cadascú, han de ser les de l'any en curs i que hi hagi qualsevol consideració. Recomanable que siguin retribucions mensuals.

Indicador 5. Es publiquen a la Web dades de contacte dels membres de l'Equip Directiu (correu electrònic, telèfon o xarxes socials)?

a. Informació, temàtica i contingut. Mitjans a través dels quals la ciutadania pot posar-se en contacte amb cadascun dels membres.
b. Ubicació. Juntament amb la informació biogràfica de cadascun dels membres.
c. Recomanacions. Han de ser vies de comunicació que s'utilitzen amb freqüència.

Indicador 6. S'ofereix informació sobre la composició de l'òrgan de Govern?

a. Informació, temàtica i contingut. Ha de constar la composició de l'Equip Directiu de la Corporació.
b. Ubicació. Portal de Transparència o Corporació, Qui som o similars.
c. Recomanacions. Es important que consti la composició de tots els òrgans de l'Equip Directiu.

Indicador 7. Es dona informació sobre les competències de cada membre de l'Equip Directiu?

a. Informació, temàtica i contingut. Ha de constar les atribucions dels membres de l'Equip directiu.
b. Ubicació. Portal de Transparència o Corporació, Qui som o similars.
c. Recomanacions. Ha de presentar-se amb un llenguatge comprensible.

Indicador 8. Es publica l'organigrama complet amb els noms i cognoms de les persones membres de l'Equip Directiu?

a. Informació, temàtica i contingut. Ha de constar cada membre de l'Equip Directiu amb nom i cognom i les seves responsabilitats.
b. Ubicació. Portal de Transparència o Corporació, Qui som o similars.
c. Recomanacions. Es recomanable que hi hagi un enllaç al espai propi de cada membre de l'Equip Directiu.

Indicador 9. Es publica el Pressupost de la Corporació i de les entitats que la formen de l'any en curs?

a. Informació, temàtica i contingut. Pressupost de l'any en curs.
b. Ubicació. Portal de Transparència o en altres espais com Economia, Pressupostos o informació econòmica.

c. Recomanacions. S'ha d'entendre amb facilitat. No és vàlid si no consten les partides de ingressos i despeses.

Indicador 10. Es publiquen els pressupostos d'anys anteriors i/o el compte general?

a. Informació, temàtica i contingut. Documents amb els comptes dels anys anterior que incloguin la liquidació del pressupost, el balanç, la memòria i els informes de l'auditoria de comptes.
b. Ubicació. Portal de Transparència o en altres espais com Economia, Pressupostos o informació econòmica
c. Recomanacions. És molt important que la informació sigui intel·ligible.

Indicador 11. Es publiquen tots els contractes formalitzats?

a. Informació, temàtica i contingut. Informació sobre els contractes que s'han formalitzat al llarg de l'any.
b. Ubicació. Portal de Transparència o en altres espais com Personal, Laboral o similars.
c. Recomanacions. La informació ha de ser de fàcil lectura.

Indicadors sobre la Informació per a la participació

Indicador 12. Es publiquen notícies o informacions sobre les actuacions dels membres de la Direcció?

a. Informació, temàtica i contingut. Notícies o informacions sobre la gestió de la Direcció o dels membres de Govern de la Corporació Pública. Per a que sigui vàlid la informació presentada a d'estar actualitzada (màxim 2 mesos).
b. Ubicació. Sala de Premsa, Comunicació o en un apartat anomenat Notícies/Actualitat.
c. Recomanacions. Ha de ser de contingut periodístic, han de contenir declaracions dels protagonistes i tenir les fonts d'informació ben citades.

Indicador 13. Es publica informació històrica sobre la Corporació?

a. Informació, temàtica i contingut. Informació relacionada amb la història de la Corporació (la seva trajectòria).
b. Ubicació. Informació sobre la Corporació o similars.
c. Recomanacions. Per a què sigui vàlid ha d'estar redactat de manera correcta, no fer una enumeració dels fets més rellevants. Un text complet que permeti a la ciutadania conèixer la corporació.

Indicador 14. Es dóna informació sobre la situació de la Corporació Pública?

a. Informació, temàtica i contingut. Informació sobre la realitat actual de la Corporació Pública: membres que la formen, situació econòmica, elements que poden millorar. Informació adient que permeti a la ciutadania conèixer millor la Corporació.
b. Ubicació. Informació sobre la Corporació o similars.
c. Recomanacions. Informació que estigui actualitzada i ha de contenir la informació bàsica de la corporació: membres, situació econòmica, entitats que la formen...

Indicador 15. Es publica el contacte amb la persona responsable de Premsa de la Corporació Pública?

a. Informació, temàtica i contingut. Dades de contacte de la persona responsable de Premsa o Comunicació de la corporació: nom, cognom, correu electrònic o telèfon.
b. Ubicació. Sala de Premsa o Comunicació
c. Recomanacions. Sent una Corporació Pública molt gran també és vàlid que no s'especifiqui el nom concret del responsable perquè potser no hi ha una única persona.

Indicador 16. S'ofereix a la web eines de consulta o participació sobre temes d'actualitat d'interès social?

a. Informació, temàtica i contingut. Espais que permetin a la ciutadania expressar la seva opinió sobre un tema de rellevància social com un foro, enquestes, espais oberts de participació o blogs.
b. Ubicació. Atenció a l'audiència o Participació Ciutadana.
c. Recomanacions. Cal que apareguin els resultats o les conclusions finals després del procés participatiu.

Indicador 17. S'ofereixen a la web eines per valorar els serveis i per presentar queixes o suggeriments sobre el seu funcionament?

a. Informació, temàtica i contingut. Eines per comunicar incidències, queixes o suggeriments per a la Corporació.
b. Ubicació. Atenció a la Ciutadania o Defensor de l'Espectador o similars.
c. Recomanacions. Cal que hi hagi un espai concret per fer la queixa o el suggeriment, no és vàlid que hi hagi publicat un contacte o una instància genèrica.

Taula amb els resultats de l'anàlisi

Taula 14. Resultats de l'anàlisi de les corporacions públiques de comunicació

Indicadors	***CCMA***	***EITB***	***CRTVG***	***RTVA***	***RTVM***	***RTVC***	***RTVCM***	***IB3***	***CARTV***	***RTPA***	***RTRM***
1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0
3	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
4	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1
5	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
8	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
13	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
14	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0
15	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0
16	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
17	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Total	**12**	**11**	**13**	**10**	**8**	**6**	**10**	**9**	**8**	**5**	**8**
Total en %	70%	65%	76%	59%	47%	35%	59%	53%	47%	26%	47%

Font: elaboració pròpia (2018)